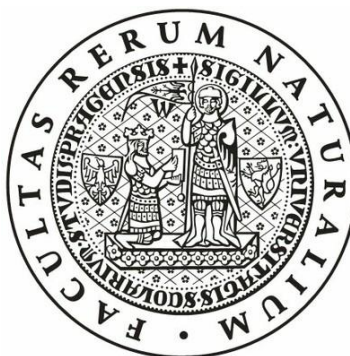


Univerzita Karlova v Praze

Přírodovědecká fakulta

Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje



Bc. Roman Karhan

Dopady kulturních akcí jako specifické formy cestovního ruchu

(na příkladu hudebních festivalů v Česku)

Impacts of cultural events as a specific form of tourism

(Case study: music festivals in Czechia)

Diplomová práce

Vedoucí závěrečné práce: RNDr. Jiří Vágner, Ph.D.

Praha 2014

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracoval samostatně a uvedl všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce, ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze, 19. 08. 2014

Roman Karhan

Poděkování

Rád bych na tomto místě poděkoval všem, kteří mi při vzniku diplomové práce pomáhali. Na prvním místě RNDr. Jiřímu Vágnerovi, Ph.D., jehož rady byly důležité pro vznik této práce. Dále všem respondentům, kteří byli ochotni zúčastnit se průzkumů k této práci. Na závěr bych rád poděkoval své rodině za podporu během studia.

Obsah práce

1.	ÚVOD.....	8
2.	CÍLE PRÁCE	9
3.	VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	10
3.1	Cestovní ruch.....	10
3.2	Kultura	12
3.3	Únosná kapacita území	14
4.	ZAŘAZENÍ PRÁCE V RÁMCI TEORETICKÝCH KONCEPTŮ	16
5.	SPECIFIKA HUDEBNÍCH FESTIVALŮ V ČESKÉ REPUBLICE	19
6.	EKONOMICKÉ, SOCIÁLNĚ-KULTURNÍ A EKOLOGICKÉ DOPADY KULTURNÍCH AKCÍ NA CÍLOVÉ LOKALITY	21
7.	SLEDOVANÉ KULTURNÍ AKCE.....	24
7.1	Colours of Ostrava, Ostrava	24
7.2	Rock for People, Hradec Králové.....	25
7.3	Trutnov Open Air Music Festival, Trutnov	28
8.	ÚVOD DO PRAKTICKÉ ČÁSTI.....	30
8.1	Rozdělení jednotlivých aktérů	30
8.2	Metody průzkumu	31
9.	EKONOMICKÉ VLIVY KULTURNÍCH AKCÍ (VÝSLEDKY, DISKUZE).....	37
10.	ENVIRONMENTÁLNÍ A EKOLOGICKÉ VLIVY (VÝSLEDKY, DISKUZE)	49
11.	SOCIÁLNĚ-KULTURNÍ VLIVY (VÝSLEDKY, DISKUZE).....	51
12.	ZÁVĚR.....	58
13.	POUŽITÉ ZDROJE.....	60

Seznam obrázků

OBRÁZEK 2: POHLED NA JEDNO Z PÓDIÍ UMÍSTĚNÉ V INDUSTRIÁLNÍM AREÁLU DOLNÍCH VÍTKOVIC; (GREGI.NET, 2014)	25
OBRÁZEK 3: CELKOVÝ POHLED NA AREÁL FESTIVALU ROCK FOR PEOPLE. V POZADÍ OKRAJOVÉ ČÁSTI HRADCE KRÁLOVÉ.(GREP.NET, 2014)	27
OBRÁZEK 4: BLIŽŠÍ POHLED NA FESTIVALOVÝ AREÁL ROCK FOR PEOPLE. V POPŘEDÍ STANOVÝ CAMP PRO NÁVŠTĚVNÍKY, V POZADÍ PROSTOR SE SCÉNAMI PRO VYSTUPUJÍCÍ.(LETECKÉ SLUŽBY, 2008)	27
OBRÁZEK 5: LETECKÝ POHLED NA STANOVÝ CAMP V RÁMCI FESTIVALOVÉHO AREÁLU V TRUTNOVĚ, (ZDROJ: HTTP://WWW.FESTIVALTRUTNOV.CZ/USERFILES/IMAGES/LETECKY%20POHLED%20II_N.JPG)	29
OBRÁZEK 1: FOTODOKUMENTACE Z PROVÁDĚNÉ PRŮZKUMNÉ SONDY MEZI NÁVŠTĚVNÍKY FESTIVALU ROCK FOR PEOPLE, HRADEC KRÁLOVÉ, 2013	33

Seznam tabulek

TABULKA 1: SUBJEKTY/SKUPINY NICHŽ SE POŘÁDANÉ KULTURNÍ AKCE DOTÝKAJÍ	30
TABULKA 2: VĚK RESPONDENTŮ DOTAZOVANÝCH V PRŮZKUMU	33
TABULKA 3: TRVALÉ BYDLIŠTĚ RESPONDENTŮ	35
TABULKA 4: ZVOLENÝ ZPŮSOB DOPRAVY NA FESTIVAL	36
TABULKA 5: VÝSLEDEK DOTAZNÍKOVÉHO PRŮZKUMU MEZI NÁVŠTĚVNÍKY – NÁVŠTĚVNICKÉ VYUŽÍVÁNÍ OBCÍ	38
TABULKA 6: VÝSLEDEK DOTAZNÍKOVÉHO PRŮZKUMU MEZI NÁVŠTĚVNÍKY – MNOŽSTVÍ UTRACENÝCH FINANCÍ	39
TABULKA 7: VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ – NÁZORY NA ROZDĚLENÍ EKONOMICKÝCH ZISKŮ	40
TABULKA 8: SEZNAM RESTAURAČNÍCH A POHOSTINSKÝCH ZAŘÍZENÍ, S NIMIŽ BYL ÚSPĚŠNĚ VYKONÁN DOTAZNÍKOVÝ PRŮZKUM	41
TABULKA 9: SOUHRNNÉ VÝSLEDKY Z PROVEDENÉHO VÝZKUMU MEZI RESTAURAČNÍMI ZAŘÍZENÍMI	44
TABULKA 10: VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO PRŮZKUMU – EKOLOGICKÁ ŠKODLIVOST FESTIVALŮ PODLE OBYVATEL OBCÍ	49
TABULKA 11: VÝSLEDKY PRŮZKUMNÉ SONDY MEZI OBYVATELI – OSOBNÍ ZKUŠENOSTI S NÁVŠTĚVOU FESTIVALŮ	51
TABULKA 12: VÝSLEDKY PRŮZKUMNÉ SONDY MEZI OBYVATELI – NÁZORY NA PODPORU MĚST VŮČI FESTIVALŮM	52
TABULKA 13: VÝSLEDEK PRŮZKUMNÉ SONDY MEZI NÁVŠTĚVNÍKY FESTIVALŮ – SPOJENÍ MÍSTA A FESTIVALŮ	53
TABULKA 14: VÝSLEDEK PRŮZKUMNÉ SONDY: VĚDOMÍ O PROTESTECH VŮČI FESTIVALŮM	53
TABULKA 15: VÝSLEDEK PRŮZKUMNÉ SONDY MEZI OBYVATELI – VNÍMÁNÍ KULTURNÍHO OBOHACENÍ MĚSTA FESTIVALEM	55
TABULKA 16: VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO PRŮZKUMU MEZI NÁVŠTĚVNÍKY OBCÍ – PŘEDPOKLAD USKUTEČNĚNÍ NÁVŠTĚVY OBCE BEZ EXISTENCE FESTIVALU	56

Seznam map

MAPA 1: ROZMÍSTĚNÍ RESTAURAČNÍCH A POHOSTINSKÝCH ZAŘÍZENÍ V RÁMCI PRŮZKUMU EKONOMICKÝCH VLIVŮ, TRUTNOV, 2014	42
---	----

MAPA 2: ROZMÍSTĚNÍ RESPONDENTŮ V RÁMCI PRŮZKUMU EKONOMICKÝCH VLIVŮ, HRADEC KRÁLOVÉ, 2014	42
MAPA 3: ROZMÍSTĚNÍ RESPONDENTŮ V RÁMCI PRŮZKUMU EKONOMICKÝCH VLIVŮ, TRUTNOV, 2014	43

Seznam příloh

PŘÍLOHA 1: UKÁZKA VYPLNĚNÉHO DOTAZNÍKU – NÁVŠTĚVNÍCI, ROCK FOR PEOPLE
PŘÍLOHA 2: UKÁZKA VYPLNĚNÉHO DOTAZNÍKU – NÁVŠTĚVNÍCI, COLOURS OF OSTRAVA
PŘÍLOHA 3: UKÁZKA VYPLNĚNÉHO DOTAZNÍKU – NÁVŠTĚVNÍCI, TRUTNOV OPEN AIR MUSIC FESTIVAL
PŘÍLOHA 4: UKÁZKA VYPLNĚNÉHO DOTAZNÍKU – OBYVATELÉ, HRADEC KRÁLOVÉ KRÁLOVÉ
PŘÍLOHA 5: UKÁZKA VYPLNĚNÉHO DOTAZNÍKU – OBYVATELÉ, OSTRAVA
PŘÍLOHA 6: UKÁZKA VYPLNĚNÉHO DOTAZNÍKU – OBYVATELÉ, TRUTNOV

Seznam použitých zkratk

Kč	Korun českých
RfP	Hudební festival Rock for People
CoO	Hudební festival Colours of Ostrava
OAMF	Open Air Music Festival
OAMFT	Open Air Music Festival Trutnov
např.	například
WTO	Světová obchodní organizace (World Trade Organization)
UNESCO	Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu
ČSÚ	Český statistický úřad
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
tzv.	tak zvaně
stol.	století
a kol.	a kolektiv
s.	strana
kap.	kapitola
tab.	tabulka

Abstrakt

Práce mapuje a popisuje dopady masově navštěvovaných hudebních festivalů na města, ve kterých se pořádají. Hlavním cílem práce je vyhodnocení dopadů masově navštěvovaných kulturních akcí na lokality, v nichž jsou pořádány. Jako nejvhodnější případová studie byly vybrány hudební festivaly v České republice. Hudební festivaly svými značnými dopady široce přesahují hranice areálů, v nichž jsou pořádány a přímo zasahují do běžného života obcí, v jejichž katastrech se nacházejí.

Teoretická část se zaměřuje na popsání základních pojmů práce převážně pomocí odborné literatury. Vysvětleno je v ní mimo jiné propojení cestovního ruchu, kultury a s tím související udržitelné kapacity území. Dále uvádí specifika hudebních festivalů v České republice a ekonomické, sociálně-kulturní a ekologické dopady kulturních akcí na širší oblast obklopující areál, ve kterém jsou pořádány.

Právě poslední část teoretického zarámování práce je nosným tématem pro praktickou část, ve které jsou za pomoci provedených průzkumů mezi návštěvníky kulturních akcí a obyvateli zmapovány dopady sociálně-kulturních a ekologických vlivů. Na ekonomické dopady byl zaměřen průzkum provedený převážně mezi podnikatelskými subjekty působícími v konkrétních dotčených obcích.

V závěru jsou hodnoceny výsledky dosažené pomocí uskutečněných průzkumů a porovnává je s předem stanovenými cíli.

Klíčová slova: cestovní ruch; kultura; event turismus; hudební festivaly

Abstract

The main objective of the thesis is to evaluate the impact of mass-attended cultural events in the localities where they are organized. As a best practice case studies were selected music festivals in the Czech Republic. Music festivals of its significant implications far wider than the premises, which are organized and directly interfere with the normal life of communities in whose territories are located.

The theoretical part focuses on describing the basic concepts work mainly through the literature. Explained in it, among other things linking tourism, culture and related sustainable capacity of the area, as well as the specifics of music festivals in the Czech Republic and at the end of the economic, socio-cultural and environmental impacts of cultural events in the wider area surrounding the area in which they are organized.

The last part of the theoretical framing is a key issue for the practical part. In it are carried out with the help of surveys among visitors and residents cultural events mapped the effects of socio-cultural and environmental impacts. The economic effects were mainly focused survey conducted between business entities operating in specific affected communities.

Conclusion evaluates the results achieved by the underlying surveys and compares them with pre-defined objectives.

Keywords: tourism; culture; event tourism; music festivals

1. Úvod

Tato diplomová práce zkoumá a řeší vlivy masově navštěvovaných kulturních akcí na obce, v nichž jsou pořádány. Konkrétním zvoleným druhem kulturních akcí jsou hudební festivaly pořádané v České republice.

Stěžejními pojmy práce jsou cestovní ruch, kultura a event turismus. Jejich vzájemnou návaznost a velice úzké propojení lze demonstrovat na mnoha případech. Pro účely této práce byla jako nejvhodnější vzor vybrána problematika masově navštěvovaných kulturních akcí, konaných v České republice.

V České republice mají tyto akce poměrně dlouhou historii, nicméně až do změny politického režimu v roce 1989 byly převážně vnímány jako protest proti totalitnímu establishmentu. Za vzor může sloužit trampský a country festival Porta, pořádaný v Československu od r. 1967, ale i „Východočeský Woodstock“ (dnes Open Air Festival Trutnov) s jeho undergroundovým základem v roce 1984. V prvních letech se jednotlivých akcí účastnilo pár stovek návštěvníků (podle historických záznamů prvních festivalů maximálně kolem 1 500 návštěvníků). (Festival Trutnov, 2014; Kotíková, 2013)

Další důvod, proč je tato práce soustředěna právě na tuto problematiku je ten, že hudební festivaly u nás nejsou převážně vnímány příliš pozitivně a to především z pohledu třetích osob, tedy ani ne organizátorů akcí, ani návštěvníky, ale především lidmi, kteří se osobně festivalu neúčastní, ale žijí v okolí místa, kde se konaná akce účastní. Obyvatelé mnohdy upřednostňují své osobní zájmy, před zájmy obce (případně jiné skupiny lidí). Jinými slovy se dá říci, že pro stálé obyvatele obce, ve které se festival koná je důležitější vlastní pohodlí a mnohdy tak kvůli němu přehlížíjí případné zisky, které konání kulturní akce dané obci přináší. Právě v tomto střetu dochází k velice zajímavému prostoru ke zmapování problematiky. Obec se tím dostává do rozporuplné situace, zda festival veřejně podpořit, Je si vědoma zisku a tlaku například podnikatelských subjektů působících v obci, nebo podlehne nátlaku skupiny svých občanů, která podobné kulturní akce v jejich sousedství odmítá.

Po prozkoumání odborné literatury i závěrečných studentských prací, bylo zjištěno, že se tomuto tématu v minulosti věnovalo pouze minimum pozornosti. Navíc v žádné z prací nebyl jasně definován závěr, zda klady hudebních festivalů převyšují nad jejich zápory či naopak.

2. Cíle práce

Hlavním cílem práce je určit míru dopadů masově navštěvovaných kulturních akcí pro obce, ve kterých jsou pořádány. Práce se pokusí zodpovědět hlavní výzkumnou otázku: Měly by mít obce zájem na tom, aby i přes mnohá negativa a rizika byly v jejich katastru pořádány masové kulturní akce typu hudebních festivalů?

Teoretická část si dává za cíl především popsat a vyjádřit pomocí dostupných zdrojů základní pojmy spojené s prací, jako jsou kultura, cestovní ruch, event tourism, nebo udržitelná kapacita území. Dalším cílem teoretické části je vyjádřit specifika hudebních festivalů v České republice a porovnat je s jejich fungováním ve světě. Cílem práce je také teoreticky popsat hlavní vlivy kulturních akcí na cílovou lokalitu, především ekonomické, sociálně-kulturní a ekologické dopady.

Hlavním cílem praktické části práce je uskutečnit několik na sebe vzájemně navazujících terénních průzkumů a na základě získaných výsledků popsat a zmapovat nejdůležitější dopady hudebních festivalů na města, ve kterých jsou pořádány. Na to navazuje nutnost vyhodnotit, zda jde o dopady pozitivní negativní a jak mohou ovlivnit celkovou úspěšnost a prospěšnost dané akce v konkrétní obci.

V kontextu zjištěných skutečností, by se práce měla pokusit přijít na to, zda existuje v českých podmínkách “ideální model“, kdy pozitivní vlivy, plynoucí z konání festivalu jednoznačně převažují nad negativními. Pro jaký typ měst je pořádání těchto akcí v České republice vhodnější (krajská města, okresní města, menší obce apod.), včetně ideální lokality v rámci města (okraj, nebo střed konkrétního města). Práce dále vyhodnocuje dopady a působení konkrétních kulturních akcí na subjekty, kterých se akce dotýká (obec, návštěvníci, stálí obyvatelé obce, organizátoři kulturní akce). Cílem práce je také vyhodnocení vzájemné prospěšnosti a vzájemné ohleduplnosti a respektu, zakotveném ve vztazích zmíněných subjektů a jejich dopady na úspěšnost konané akce v daném městě.

3. Vymezení základních pojmů

3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je podle Mezinárodní organizace cestovního ruchu (WTO) definován jako „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v místě pobytu“. (Indrová, 2004)

Tři důležité podmínky cestovního ruchu podle WTO (1991):

- Dočasnost změny místa bydliště a dočasnost pobytu mimo ně.
- Nevýdělečný charakter cesty a pobytu
- Vztahy mezi lidmi, spojené s cestovním ruchem

Vylučuje tak z cestovního ruchu pravidelné cesty za prací, přechodné pracovní poměry, dlouhodobou migraci či veškeré cesty v rámci místa bydliště. Naopak významnou součástí cestovního ruchu je tzv. profesně orientovaný cestovní ruch, který zahrnuje kongresovou a obchodní turistiku, protože hlavním účelem cesty v těchto případech není výdělečná činnost v navštíveném místě.

Při hlubším zamyšlení nad definicí WTO, která je základem pro všechny současné statistiky v souvislosti s cestovním ruchem, zjistíme, že spíše popisuje účastníka cestovního ruchu.

Cestovní ruch je dále podle WTO složitým sociálně-ekonomickým jevem, který se dotýká mnoha stránek společnosti. Na cestovní ruch je možné pohlížet jako na oblast spotřeby i jako na oblast podnikatelských aktivit. (Čertík a kol., 2001)

Příjmy z cestovního ruchu

Klíčovým faktorem, proč mají lokality zájem na bohatém cestovním ruchu na svém území, jsou samozřejmě plynoucí příjmy. Tyto příjmy z cestovního ruchu jsou definovány jako celková peněžní částka vydaná domácími i zahraničními návštěvníky v daném místě v konkrétním časovém období. (Zelenka, Pásková, 2012)

Podle Kotíkové a Schwartzhoffové (2008) tvoří příjmovou stránku rozpočtu konkrétního eventu¹ vlastní zdroje pořadatele, příjmy ze vstupného, příjmy od partnerů, případně příjmy získané z grantů a dotací. Dále dodávají, že mnohem obtížnější je stanovit rozpočet u eventů, u kterých není jistý počet účastníků, než u například uzavřených eventů s předem určeným počtem osob. U eventů, na které se platí vstupné, bývá tato položka často velmi významnou příjmovou položkou rozpočtu. V případě malého návštěvnického zájmu se může stát, že realizace eventu skončí ztrátou.

Hrubá obsazenost

Je vyjádření využití ubytovací kapacity, hromadného ubytovacího zařízení v daném období poměrem celkového počtu přenocování a celkové ubytovací kapacity vynásobené délkou sledovaného období. (Zelenka, Pásková, 2012)

Turistika mládeže

Profil účastníků hudebních festivalů z hlediska věku lze pouze stěží jednoznačně určit. Obecně je však snadno doložitelným faktem, že se jedná především o mladší věkové skupiny. Podle Jiřího Hlinky, pořadatele festivalu Rock for People, je průměrným vícedenním návštěvníkem žijícím v jiném místě než v obci konání osoba ve věku 17-35 let. Z hlediska cestovního ruchu se v tomto směru jedná o turistiku mládeže. (Rock for People, 2014)

Cestování mladých lidí má zcela specifické postavení v dnešním cestovním ruchu. „Jedná se o dynamický a rychle rostoucí segment trhu, který má své zvláštnosti. Současný evropský trh tvoří asi 125 milionů mladých lidí. Jedná se o velmi perspektivní skupinu také

¹ Event lze do češtiny přeložit jako akci, událost. V česky psané odborné literatuře (obdobně jako v zahraniční) se mnohdy nepřekládá a ponechává se anglické označení event.

proto, že se dá předpokládat, že se do navštívených destinací bude opakovaně vracet.“ (Čertík a kol., 2001, s. 249)

Segmentové rozdělení mladých lidí podle věku:

- Pod 10 let
- 10 – 20 let, jistá míra vlastního rozhodování
- 20 – 30 let, již zpravidla dle svého vlastního rozhodování a částečně i finančně nezávislí.

Charakteristickým rysem je nižší standard poskytovaných služeb, doprovázený nízkými cenami. Důležitým prvkem mládežnické turistiky je potřeba kontaktů se stejně sociálně, věkově a zájmově orientovanými skupinami lidí. (Čertík a kol., 2001)

3.2 Kultura

V roce 2002 přijala agentura Spojených národů UNESCO celosvětově uznanou definici kultury. Podle ní musí být kultura považována za „soubor distinktivních duchovních a hmotných, intelektuálních i citových rysů, které charakterizují společnost nebo společenskou skupinu, a které zahrnují vedle umění a písemnictví, také způsoby života, způsoby soužití, hodnotové systémy, tradice a přesvědčení.“

Hudební festivaly by jednoznačně měly sloužit primárně jako prostor sloužící k prezentaci určité kultury, v tomto případě především hudby. Při pohledu do programů jednotlivých festivalů, je však zřejmé, že dnešní hudební festivaly již dávno přesáhli pole své působnosti v rámci kultury. Například divadelní pódia jsou naprosto běžnou součástí velikých českých festivalů. (Rock for People, 2014)

Za zmínku rozhodně stojí spolupráce Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy v Praze s některými velkými festivaly. Fakulta na nich nejen prezentuje výsledky svých výzkumů, ale také seznamuje návštěvníky se zajímavými vědními obory. (Osobní zkušenost)

Organizované atraktivity

Jsou založené zcela na tom, co vytvoří a zorganizuje člověk. Nejsou nijak materiálně vázané k danému místu, tudíž je možno díky nim rozvíjet cestovní ruch i v jinak na přírodní nebo kulturně-historické atraktivity v ne příliš atraktivních lokalitách. (Gavlasová a kol., 2008, s. 69)

Mnoho organizovaných atraktivit je svázáno s daným místem dlouhou historií (např. folklorní festivaly), nebo naopak začaly být budovány zcela nově (filmové, hudební nebo divadelní festivaly, sportovní akce...).

Tyto organizované akce mají určitou nevýhodu v tom, že jsou časově omezené většinou na pár dní a spíše nárazové. Jejich výhoda spočívá v tom, že mohou sloužit pro rovnoměrnější rozložení návštěvnosti a také mnohé tyto akce dokážou přilákat desetitisíce až statisíce návštěvníků. V tomto ohledu jsou zcela výjimečné sportovní akce – například mistrovství světa silničních motocyklů v Brně dokáže nalákat na víkend běžně čtvrt milionu lidí. Naprosto ojedinělým podnikem z hlediska návštěvnosti jsou letní a zimní olympiády. Tyto 2-3 týdenní akce navštíví běžně i několik milionů lidí, kteří přinesou velké množství peněz do daného regionu. Určitým negativem těchto obřích akcí jsou ale potřebné velké náklady zejména z veřejných zdrojů na jejich přípravu. (Gavlasová a kol., 2008, s. 69)

Festival

Letní festivaly se podle Kotíkové (2013) staly v poslední době naprostým fenoménem mezi mládeží. Není proto výjimkou, že někteří mladí lidé navštíví během prázdnin několik festivalů.

Podle Zelenky, Páskové (2012) festival, jakožto organizovanou kulturní akci, charakterizují především 3 hlavní znaky:

- Festival je nesoutěžní veřejná umělecká přehlídka (divadlo, hudba, tanec aj.)
- Festival se může konat periodicky
- Festival je významná atraktivita cestovního ruchu

Ve světovém měřítku odstartoval velikou éru popularity dnes již legendární Woodstock, konaný na východním pobřeží Spojených Států Amerických. V Evropě mezi nejstarší festivaly patří Britské Glastonbury, pořádaný od roku 1970 (Glastonbury Festivals, 2014) nebo Dánský Roskilde, jehož první ročník se konal v létě roku 1971. (Roskilde Festival, 2014)

Stinné stránky festivalů

Hudební festivaly přinášejí samozřejmě také mnoho negativ ruku v ruce se svou masovostí a se svým vlivem na prostředí, ve kterém jsou pořádány. Jedna z nejtragičtějších událostí se stala v roce 2010 Duisburgu na festivalu Love Parade. V celkovém počtu 1,6 milionů návštěvníků došlo k hromadnému neštěstí v tunelu při vstupu do festivalového areálu. Při tom zahynulo 21 mladých lidí a více než 500 lidí bylo zraněno Kotíková (2013). Stejná autorka dále dodává, že akce podobného typu mají další problémy spojené především s hlukem, konzumací alkoholu nebo znečišťováním prostor, ve kterých jsou pořádány. Tyto skutečnosti jsou poté velice silně vnímány veřejností, z čehož může vyplývat právě nevole vůči konání festivalů na území dotčené obce.

3.3 Únosná kapacita území

Termín únosná kapacita se dotýká nejen obcí zatížených cestovním ruchem, ale je samozřejmě převeditelný na konkrétní kulturní akce, jako jsou hudební festivaly. Únosná kapacita musí být zpravidla vyhodnocena ještě před samotným zahájením prodeje vstupenek. Žádný pořadatel si nemůže dovolit prodat více vstupenek než na kolik je spočítána právě tato hodnota. V opačném případě hrozí zásadní potíže s hladkým průběhem konané akce. (Királ'ová, 2003, s. 27)

Jedna z definic vystihuje tento termín takto: „Únosná kapacita je maximální zatížení daného území cestovním ruchem bez snížení kvality životního prostředí a ekosystémů, zážitků a spokojenosti návštěvníka bez negativních vlivů na místní komunitu, její socio-ekonomickou strukturu a aktivity, kulturu dané oblasti. Jedná se o tzv. skladebný ukazatel, který měří zranitelnost lokality a identifikuje změny v její schopnosti unést reprezentativní soubor na ní provozovaných turistických aktivit, a který se skládá

z ukazatelů kvantity, kvality a citlivosti přírodních i lidmi vytvořených zdrojů dané lokality.“ (Zelenka, Pásková, 2012, (Királ'ová, 2003, s. 27)

Jako ideální příklad mohou sloužit dva festivalové areály v České republice. Festivalpark v Hradci Králové a oblast Dolní Vítkovice v Ostravě. Kapacita obou areálů je vyhodnocena přibližně shodně na maximální počet 35 000 – 45 000 návštěvníků. Ani jeden z areálů však zatím nikdy v historii nebyl zcela vyprodán. Překročení této maximální únosné kapacity by však mohlo vést k zásadnímu ohrožení zdraví a komfortu návštěvníků. (Festival Park, 2014; Colours of Ostrava, 2014)

Cílem tohoto skladebního indikátoru je také odhadnout mezní hodnoty počtu návštěvníků provozujících formy cestovního ruchu. Tyto meze mohou být posunuty vzhůru nebo dolů. Únosná kapacita má rozměr sociální, fyzický a environmentálně-ekologický. (Királ'ová, 2003, 27)

Podle druhu působení se dle Zelenky, Páskové (2012) rozlišují:

- Fyzicky únosná kapacita prostředí
- Ekologicky únosná kapacita prostředí
- Socio-kulturně únosná kapacita prostředí

Ideální míru těchto složek se již několik let snaží řešit největší Středočeský festival Sázavafest, který z důvodu hledání nejideálnějšího prostředí během let 2008-2013 celkem pětkrát změnil své místo konání. (Sázavafest, 2014)

4. Zařazení práce v rámci teoretických konceptů

Typologie Cestovního ruchu

Jednotlivé typy cestovního ruchu se vzájemně prolínají, obvykle neexistují pouze v čisté podobě a jsou takto označovány buď pro potřeby statistického sledování nebo jsou v zásadě „pracovním“ označením při marketingových aktivitách subjektů participujících na nabídce turismu (Palatková, Zichová, 2011)

Turismus lze podle členit do následujících kritérií:

- Místa realizace cestovního ruchu
- Vztah k platební bilanci státu
- Délky trvání
 - Krátkodobý cestovní ruch – pobyty do 3 dnů zahrnující 2 přenocování
 - Dlouhodobý cestovní ruch – pobyty delší než 3 dny
- Způsobu zabezpečení a jeho průběhu
- Plátce nákladů
- Věk účastníků
- Převažující motivace (Palatková, Zichová, 2011; Čertík a kol., 2011)

Forma cestovního ruchu

Z hlediska motivů účasti na cestovním ruchu jsou rozeznávány různé formy cestovního ruchu: Rekreační cestovní ruch, cestovní ruch s náboženskou orientací, se vzdělávacími motivy, se společenskými motivy, zdravotně orientovaný cestovní ruch, sportovně orientovaný cestovní ruch, cestovní ruch orientovaný na poznání přírodního prostředí, cestovní ruch s dobrodružnými motivy, cestovní ruch s profesními motivy, či různé další formy specificky orientovaného cestovního ruchu (nákupní, vojenský apod.).

Pro účely této práce je však zcela zásadní kulturně-poznávací cestovní ruch.

Jedna z mnoha obecných definic kulturně-poznávací formy cestovního ruchu kupříkladu zní: „Cílem návštěvníka je návštěva historických objektů a kulturních akcí. Má

význam pro úroveň vzdělanosti osob; v případě příjezdového cestovního ruchu do České republiky sehrává tato forma dominantní roli.“ (Čertík 2001, s. 16)

Charakteristika hudebních festivalů

Letní hudební festivaly se staly především v poslední době fenoménem mezi mládeží. Jsou součástí jednoho z nových produktů cestovního ruchu z hlediska motivace účastníků - „event turismu.“ (Kotíková, 2013)

„Event turismus můžeme definovat jako systematické plánování a rozvoj faktorů budujících image atraktivit a destinací. Tržní segment zahrnuje účastníky cestovního ruchu, kteří cestují, aby navštívili určitou událost, nebo kteří mohou být motivováni k návštěvě určité události mimo domov.“ (Getz, 1997 in Kotíková, 2013, s. 93)

Kotíková (2013, s.92) zdůrazňuje, že eventy mají mít dopad na cestovní ruch. „Akce, které nejsou atraktivní pro návštěvníky a nezvýší návštěvnost dané destinace, nemohou být považovány za eventy v cestovním ruchu.“

Dle Kotíkové, Schwartzhoffové (2008, s. 9) je každý event (tedy i hudební festival) charakterizovaný těmito znaky:

- je jedinečný a originální
- je vymezený v určitém čase (má předem určenou dobu trvání)
- je spojen s konkrétním místem, kde se koná
- jedná se o uměle vytvořenou, dopředu naplánovanou událost
- má místní přesah
- je činitelem zvyšujícím poptávku, v důsledku čehož dochází k výraznému zvýšení návštěvnosti dané destinace
- vyžaduje osobní přítomnost návštěvníků
- je spojen se silným zážitkem
- má pevný harmonogram (obsahuje část přípravnou, realizační a vyhodnocovací)
- má předem stanovený rozpočet
- u větších eventů se na jejich pořádání i financování podílí zpravidla více subjektů

Getz (1991) obecně o festivalech a veřejných oslavách tvrdí, že se nacházejí ve všech společnostech. Spolu s celou řadou dalších speciálních akcí, jsou stále více vnímány jako jedinečné turistické atrakce a jsou popsány jako „destination image makers“.

Zařazení hudebních festivalů do „klasifikace eventů v cestovním ruchu“

Letní hudební festivaly patří do skupiny eventů, které jsou samotným cílem (lidé cestují proto, aby se jich mohli zúčastnit). Dle obsahového zaměření se festivaly řadí do událostí kulturních. Z hlediska cílové skupiny se jedná o akce otevřené (pro jakékoliv zájemce, přístupné všem účastníkům), na které se platí vstupné. Vzhledem ke klasifikaci místa patří do velmi oblíbených venkovních akcí (open air), přestože jsou (především v našich podmínkách) velmi závislé na počasí, které se tak stává nejrizikovějším faktorem jejich pořádání. (Kotíková, 2013)

Getz (2007) eventy vidí jako důležitou součást pro navýšení cestovního ruchu v různých oblastech. Dopady plánovaných eventů v rámci cestovního ruchu, které byly dobře navrženy a uskutečněny, mohou mít stále větší význam pro konkurenceschopnost destinací.

Z hlediska podnikatelského subjektu jsou festivaly většinou pořádány obchodními společnostmi, často jim finančně dopomáhají i sponzoři. Významově náleží k eventům „značkovým“, úzce spjatým s daným místem a dotvářející jeho image s celostátním i mezinárodním významem. Dobou trvání se řadí k eventům střednědobým, trvajícím několik dní. Vzhledem k dopadům na cestovní ruch je tento druh akce optimální, jelikož předpokládá účast návštěvníků po celou několikadenní dobu trvání akce. Vybrané hudební festivaly pro tuto práci patří podle periodicity realizace ke každoročním akcím. (Kotíková, 2013)

5. Specifika hudebních festivalů v České republice

Před započítím výzkumu, je potřeba si o hudebních festivalech konaných v České republice uvědomit několik zásadních specifík.

Hudební festivaly jako podnikatelský záměr

Při smýšlení o vůbec základním smyslu a účelu konání masově navštěvovaného hudebního festivalu je potřeba si uvědomit zásadní fakt. Hudební festival je téměř vždy pořádán především kvůli zisku pořadatele. Dobu, kdy podobná setkání měla svou existenci založenou především na „hlubších“ myšlenkách (náboženství, politické vyjádření, apod.), než jsou peníze, především v 60. letech 20. století v USA a Velké Británii, jsme v České republice promeškali. Průkopník českých open-air festivalů Trutnov, měl na konci 80. let 20. století svou prvotní myšlenku založenou po vzoru Amerických festivalů především na porevolučních heslech o pravdě a lásce, drtivá většina následně vzniklých festivalů však už byly především podnikatelské záměry, jejich hlavním cílem bylo především, aby nebyly prodělečné.

Moderní hudební festival se dá tedy považovat za obdobný druh podnikání, jako praktický kterýkoliv jiné podnikání v kapitalisticky vedené společnosti.

Základní principy pořádání festivalu

Naprosto nejjednodušším principem konání hudební akce je klasické poskytnutí nabídky, určité poptávce. V případě hudebních festivalů je nabídkou myšlena především samotná hudební produkce.

Na pořadateli tedy je, aby za určitý peněžní obnos dohodl dané vystoupení. Důležitá je, podobně jako u jakéhokoliv jiného podnikání přesná kalkulace, tak aby tržby z prodeje vstupenek na festival pokryly (ideálně převýšily) náklady spojené s přípravou (tedy zaplacení veškeré hudební produkce, zakoupení a pronájem potřebného zázemí a infrastruktury nutné jak pro vystupující tak pro návštěvníky a všechny ostatní organizační náklady).

Hudební festivaly v České republice ve srovnání se zahraničím

Jak bylo již částečně zmíněno v kapitole 6.1, Česká republika má v pořádání hudebních festivalů v podobě jak je známe dnes oproti zahraničí velikou ztrátu. Nutno dodat, že o tuto ztrátu se nejedná pouze ve srovnání se západní Evropou, ale také se státy, s podobnou historií, jako jsou Slovensko, Polsko a především Maďarsko.

Průzkumná sonda srovnání České republiky a zahraničí je součástí praktické části této práce. Z dostupných údajů se však některé informativní závěry k lepšímu pochopení problematiky dají vyvodit již nyní.

Zásadním důvodem k opožděnému vývoji v této oblasti, byl samozřejmě nepřátelský postoj, vládnoucí komunistické strany vůči podobným aktivitám. Na přelomu 60. a 70. let dvacátého století, průkopníci evropských festivalů, jakými byly například Britský festival Glastonbury, nebo Dánský Roskilde, zažívaly již mnoha tisícovou návštěvnost. V tomto ohledu nabral prakticky celý Evropský východní blok ohromnou ztrátu. Přesto se však v jiných státech podařilo dostat festivaly na úroveň největších festivalů na celém světě.

Příkladem může být Maďarsko. Země srovnatelné s Českou republikou v téměř všech hlavních ukazatelích (ekonomika, počet obyvatel, životní úroveň, nebo historie země v průběhu 20. století). Maďarský festival Szeged je však jedním z nejnavštěvovanějších festivalů na celém světě. Oficiální údaje pořadatelů festivalu již několik let po sobě vykazují návštěvnost vyšší než 350 000 návštěvníků. (Kotíková, 2013)

Polsko je ve srovnání s Českou republikou lidnatější, dá se tedy předpokládat, že mnohatisícový dav se zde vytvoří snadněji. Srovnáme-li dva festivaly, které se jak v očích veřejnosti, tak přímo slovy pořadatelů vydávají za následovníka tradic a hodnot amerického Woodstocku, jsou čísla návštěvnosti naprosto neporovnatelné. Zatím co festival v Trutnově dosahuje návštěvnosti v rozmezí 15 000 – 25 000 návštěvníků, akce nazvané Woodstock festival Poland, se během jednoho víkendu zúčastní přes půl milionu návštěvníků.

6. Ekonomické, sociálně-kulturní a ekologické dopady kulturních akcí na cílové lokality

Pro určení míry prospěšnosti hudebních festivalů pro obce, v nichž jsou pořádány, jejich obyvatele i širšího okolí, jako jednoho z vytyčených cílů práce, je zapotřebí se blíže seznámit s možnými přínosy i negativními vlivy. Tyto dopady jsou sledovány dle Királ'ové (2003, s. 22 - 27) z oblasti ekonomické, sociálně-kulturní a ekologické.

Vybrané ekonomické vlivy

A) přínosy

V ekonomické oblasti je kladný vliv tohoto specifického druhu cestovního ruchu na destinaci výrazný hlavně:

- ve zvyšování příjmů místního a státního rozpočtu (prostřednictvím daní a poplatků)
- v podporování rozvoje malého a středního podnikání
- ve zvyšování zaměstnanosti
- v oblasti podporování investic do místní infrastruktury (dopravní sítě, vodovody, kanalizace, elektrifikace atd.)

B) negativa

V souvislosti s pořádáním festivalů se mohou projevit tyto negativní ekonomické dopady:

- vznik skrytých nákladů (např. výstavba infrastruktury může výrazně snížit výsledný finanční efekt)
- vznik turistických ghett (vlivem velkého počtu návštěvníků v dané lokalitě může mít za následek nedostupnost zboží běžné denní potřeby, neprůjezdnost silnic apod.)
- sezónní charakter práce a s tím související finanční nejistota stálých obyvatelů

Vybrané sociálně-kulturní vlivy

A) přínosy

Pozitivní vliv tohoto kulturně-poznávacího cestovního ruchu spočívá např.:

- ve vytváření pracovních příležitostí a v podpoře sociálního rozvoje
- v kulturně-výchovné funkci cestovního ruchu (včetně kontaktu mezi lidmi a vzájemného obohacování)
- v záchraně a uvědomění si kulturních tradic či historie apod. (např. Trutnovský festival je znám z hlediska své průkopnické historie a dlouholeté tradice, Colours of Ostrava zase z pohledu několika významných ocenění)

B) negativa

Jestliže dojde ke změně systému hodnot a chování místních obyvatel, mohou nastat pro destinaci negativní dopady jako například:

- komercializace
- standardizace sekundární nabídky cestovního ruchu (vybudování známých zařízení jako fast-food restaurací apod.)
- ztráta autenticity
- střed kultur (např. vznik sociálních střetů – negativního postoje místních obyvatel k návštěvníkům festivalu)

Vybrané ekologické vlivy

A) přínosy

I hudební festivaly mohou být z ekologického hlediska přínosné pro destinaci, jestliže:

- příjmy (či daně z příjmů) pomáhají finančně zajišťovat ochranu přírodního prostředí
- přispívají k uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností a k výchově místních obyvatel k jeho ochraně (konkrétní příklady viz kapitola 10.
- vytváří pracovní příležitosti a tím může zabránit devastování přírodního prostředí místními obyvateli

B) negativa

Negativní dopad festivalových akcí na životní prostředí je markantní, jestliže počet návštěvníků této destinace překročí míru již zmíněné únosné kapacity území (viz kap. 4.3.

Z tohoto hlediska je nejvýraznější znečišťování přírodního prostředí či fyzické znečišťování, a to:

- zamořením ovzduší, půdy a vody (zejména odpady - od potravin či dostupných nápojů a jídel apod.)
- hlukem
- zvýšenou spotřebou místních zdrojů (energie, potravin, surovin, zásobování teplem a teplou vodou)
- vymíráním živočišných a rostlinných druhů (např. zvýšená stavební aktivita, hluk, zvýšený počet automobilů na cestách)

7. Sledované kulturní akce

Za vhodný příklad kulturních akcí byly zvoleny hudební festivaly konané v České republice. Důvodem byl jejich veliký nárůst od konce 90. let 20. století, jak v počtu konaných festivalů, tak především počet jejich návštěvníků. Jako hlavní sledované festivaly byly zvoleny Colours of Ostrava v Ostravě, Rock for People v Hradci Králové a Trutnov Open Air Music Festival v Trutnově. Informace o jednotlivých festivalech jsou východiskem pro zpracování praktické části práce.

7.1 Colours of Ostrava, Ostrava

Colours of Ostrava je multižánrový mezinárodní hudební festival každoročně pořádaný v Ostravě. Od roku 2012 se koná v prostředí Dolních Vítkovic - bývalém areálu hutí, dolů a železáren. První ročník proběhl v roce 2002. Colours of Ostrava je držitelem ceny Anděl za Hudební událost roku 2005 a 2006. Zároveň získal ocenění za nejlepší hudební akci roku 2004, 2005 a 2006 v anketě ALMA (Akropolis Live Music Awards) v kategorii koncert/festival roku.

V historii festival přivezl do Ostravy řadu hvězd, např. Grinderman, Robert Plant, ZAZ, Alanis Morissette, Cranberries, Sinéad O'Connor, Bobby McFerrin, tak i kvalitní jména z oblasti jazzu, world music, rocku, popu i alternativy. Festival nabízí také bohatý doprovodný program - divadla, workshopy, diskuse, filmy apod. (Colours of Ostrava, 2014).



Obrázek 1: Pohled na jedno z pódíí umístěné v industriálním areálu Dolních Vítkovic; (gregi.net, 2014)

Hlavní důvod proč byl tento festival shledán, jako vhodná případová studie pro tuto práci je několik. Od roku 2012 o náš nejnavštěvovanější festival. Zjištění zda vliv největšího českého festivalu je dostatečně velký, aby výrazným způsobem ovlivnil každodenní chod Ostravy, v níž žij téměř 300 000 obyvatel (Český statistický úřad, 2013) se jeví být důležitým zjištěním pro naplnění cílů práce.

Navíc v roce 2012 se festival přestěhoval z naprostého jádra města, do přeci jen perifernější a od centra vzdálenější oblasti Dolních Vítkovic. Porovnání změny těchto efektů bude zcela jistě zajímavé a pro účely práce přínosné.

7.2 Rock for People, Hradec Králové

Jeden z největších festivalů rockové hudby Rock for People se poprvé konal v roce 1995 na atletickém stadionu v Českém Brodě. Místo konání se změnilo až v roce 2007, odkdy se festival pravidelně koná na bývalém vojenském letišti v Hradci Králové.

Hlavním důvodem k přemístění festivalu byla větší kapacita hradeckého letiště, které dokáže pojmout mnohem větší počet návštěvníků i interpretů. Koncerty samotné pak probíhají na třech velkých venkovních scénách (t-music stage, Evropa 2 stage a blue stage)

a ve třech hangárových scénách. Kromě těchto prostor se v době konání festivalu může návštěvník procházet několika dalšími DJ's scénami a chill-out zónami.

Bohatý doprovodný program nabízí velké množství atrakcí a přepestrý catering. Velká kapacita festivalových prostor (40 hektarů pozemků pojme více než na 30.000 návštěvníků) je dobře zajištěna i po stránce sociálního zázemí. (Atlas Česka; <http://www.kalendarakci.atlasceska.cz>)

Festivalový areál je koncipován na bývalé vojenské letišti, vzdálené zhruba 5 km od centra města. Dnes letištní plocha patří soukromému majiteli, který využil tamní infrastrukturu a pronajímá ji právě pro akce typu hudebních festivalů. Areál se nazývá Festivalpark a pořádají se na něm festivaly jako Hip Hop Kemp, nebo Sun Festival. Žádný z nich však svým významem, návštěvností, ani evidentně vynaloženým rozpočtem nedosahuje velikosti Rock for People. (Festivalpark, 2014)

Tento festival bude zajímavé sledovat ve vztahu ke Colours of Ostrava, kdy v Hradci Králové je festivalový areál mnohem více vzdálen od městského centra, tudíž efekty dopadající na samotné město mohou být zcela odlišné. Oproti festivalu v Trutnově je festival v Hradci Králové naopak zaměřen na mnohem komerčněji zaměřené publikum, proto i z tohoto důvodu bude zajímavé sledovat jednotlivé efekty dopadů.



Obrázek 2: Celkový pohled na areál festivalu Rock for People. V pozadí okrajové části Hradce Králové. (grep.net, 2014)



Obrázek 3: Bližší pohled na festivalový areál Rock for People. V popředí stanový camp pro návštěvníky, v pozadí prostor se scénami pro vystupující. (Letecké služby, 2008)

7.3 Trutnov Open Air Music Festival, Trutnov

Trutnov Open Air Music Festival (často nazývaný prostě Trutnov) je hudební festival konající se od roku 1987 (neúspěšně) resp. 1990 (první povolený ročník) v Trutnově. Festival je známý svým širokým hudebním záběrem a mimo hudebními přesahy, zejména do oblasti ekologie, politiky či náboženství. Festival je zahajován několika koncerty ve čtvrtek večer, hlavní produkce se rozeběhne v pátek po poledni. Program zpravidla končí v noci z neděle na pondělí. Hudební program je rozložen na několik pódíí, kde se vystupující střídají po půlhodinách až hodinách. Hlavní pódium patří hlavním hostům festivalu, na vedlejších scénách lze navštívit vystoupení spíše menších a alternativních hudebních uskupení. (Krkonošský deník, 2014)

Festival je také známý svou mimo hudební stránkou. Ideologie často odkazuje k indické či indiánské mystice. Na hlavním pódiu každý rok probíhá katolická i evangelická bohoslužba, jedno z pódíí je vyhrazeno pro hnutí Hare Krišna. Dále se ve stáncích na festivalu prezentují nevládní nezávislé skupiny (mezi jinými Hnutí Duha, Nesehnutí, nebo Greenpeace), které nabízejí tištěné materiály, filmy, besedy, fotografie a workshopy. Trutnov Open Air Festival má také výrazné protikomunistické zaměření - mimo jiné na něj tradičně nejsou zváni interpreti, kteří se zkompromitovali spoluprací s komunistickou Státní bezpečností. Po celém areálu jsou rozmístěny čajovny, prodejní stánky s jídlem, oblečením a festivalovými suvenýry. Je zajištěna požární ochrana a zdravotnická služba. (Krkonošský deník; 2014)

Důvodů pro výběr festivalu jako vhodného modelového příkladu pro tuto práci je několik. Prvním z nich je dlouhodobá ustálenost počtu návštěvníků. To i přes to, že se pořadatelé z neznámých důvodů rozhodli od roku 2008 nezveřejňovat přesná čísla o počtu návštěvníků. Ovšem z osobních kontaktů autora této práce ve vedení festivalu je obecně známo, že návštěva za posledních 5 let nikdy nestoupla nebo naopak neklesla o více než 5 000 návštěvníků oproti poslední zveřejněné návštěvě v roce 2007, která činila 22 000 návštěvníků (Festival Trutnov, 2014).

Trutnovský festival je od svého počátku pořádán v areálu letního kina nazývaného Na Bojišti. Areál je vzdálen v docházkové vzdálenosti od centra města.



*Obrázek 4: Letecký pohled na stanový camp v rámci festivalového areálu
v Trutnově, (Festival Trutnov, 2014))*

8. Úvod do praktické části

V praktické části práce se uskutečnilo několik na sebe vzájemně navazujících terénních průzkumů:

- Dotazníková sonda návštěvníků vybraných hudebních festivalů.
- Dotazníková sonda obyvatel měst, ve kterých se hudební festival konal.
- Dotazníková sonda podnikatelských subjektů působících ve městech, ve kterých se koná hudební festival.

Ukázky jednotlivých dotazníků jsou uvedeny v příloze.

Výsledky byly zpracované do tabulek a grafů, které byly následně okomentovány a vztaheny k výzkumné otázce.

Z výsledků dotazníkových sond byly popsány dopady hudebních festivalů na města a jejich obyvatele.

8.1 Rozdělení jednotlivých aktérů

Pro účely této práce je důležité jasně stanovit jednotlivé aktéry (viz Tabulka 1), kteří s danou problematikou souvisí. Jedním z hlavních předpokladů práce je skutečnost, že právě fungování dobrých vztahů mezi jednotlivými zainteresovanými skupinami vede k celkové úspěšnosti či naopak problematičnosti akce.

Pořadatelé festivalu	Město (podnikatelské subjekty, představitelé města)
Návštěvníci festivalu	Obyvatelé

Tabulka 1: Subjekty/skupiny nichž se pořádané kulturní akce dotýkají

8.2 Metody průzkumu

Dotazníkové šetření bylo provedeno na třech festivalech, ve třech různých městech: konkrétně v Ostravě na festivalu Colours of Ostrava, v Hradci Králové na festivalu Rock for People a v Trutnově na Trutnov Open Air Music Festivalu.

Hlavní částí byly osobně prováděné dotazníkové průzkumy mezi návštěvníky festivalů a obyvateli obcí v letech 2012 – 2013. Dále osobně nebo prostřednictvím emailu byly osloveny podnikatelské subjekty konkrétně restaurační a pohostinská zařízení. Celkem bylo osloveno 50 subjektů, potřebná data byla získána od 10 subjektů

Otázky směřované k respondentům z řad návštěvníků festivalů

1. Odkud pocházíte (obec, příp. kraj), Váš věk?
2. Pokolikáté jste festival navštívil/a? Hlavní důvod Vašeho příjezdu na festival?
3. Způsob dopravy na festival? Způsob ubytování po dobu konání festivalu?
4. Jaké zázemí, služby a infrastrukturu dané obce po dobu konání festivalu využíváte?
5. Je podle Vás festival pevně spojen s místem kde se koná, nebo by jej přemístění do jiné lokality nijak nepoškodilo?
6. Je podle Vás festival v obci vítán? Vnímáte nějak jeho případné spory s obyvateli, nebo obcí?
7. Nebýt návštěvy tohoto festivalu, navštívil/a byste jinak obec, ve které se pořádá?
8. Jak velké množství financí na festivalu a v obci přibližně utratíte? (Bez nákladů na vstupenku)

Otázky směřované k respondentům z rad obyvatel obcí, ve kterých se hudební festival konal

1. Navštěvujete osobně hudební festivaly? Souhlasíte s tím, aby se v obci pořádaly?
2. Domníváte se, že je festival pro město a jeho obyvatele A) kulturně obohacující? B) ekonomicky přínosný? C) ekologicky náročný a škodlivý?
3. Přinášejí podle Vás festivaly obci spíše potíže, nebo naopak užitek? Konkrétní příklady?
4. Víte o nějakých protestech proti festivalům? Účastníte se jich případně osobně?
5. Podporuje podle Vás město festival v jeho pořádání? Souhlasíte s tímto postojem?

Konkrétních 5 dotazů, které byly nezměněně položeny všem subjektům, zněly takto a v tomto pořadí:

1. Projevuje se konání festivalu na tržbách vašeho podniku? Případně pokud ano, do jaké míry a jak- pozitivně či negativně?
2. Pokud se jedná o pozitivní projev - O kolik Vám vzrostou tržby po dobu konání festivalu (postačí přibližný údaj, ovšem čím konkrétnější a podrobnější tím budu radši- záleží do jaké míry jste ochoten/ochotna pomoci mé práci). Pokud nechcete být na tuto otázku z nějakého důvodu příliš konkrétní, poprosil bych Vás alespoň o jakékoliv srovnání tržeb z období během festivalu a po zbytek roku, tedy mimo festival.
3. Má pořádání festivalu i jiné dopady na Váš podnik? Například že kvůli velkému množství návštěvníků posilujete personál, nebo máte naopak negativní zkušenosti, například s výtržnostmi apod.?
4. Mohl(a) byste ony dopady na Váš podnik (např. ekonomické) porovnat s jinými, menšími kulturními akcemi konanými v Ostravě²?
5. Podporujete tedy konání festivalu ve městě, nebo patříte spíše mezi jeho odpůrce?

Způsob zacílení na respondenty

Pro výběr respondentů mezi návštěvníky hudebních festivalů byl zvolen prostý náhodný výběr, tedy metoda kde se vše odehrává pouze na základě náhody. (vyzkumy.cz, 2014) V praxi to poté znamenalo pokusit se vyplnit dotazník s první osobou, která procházela kolem stanoviště ihned po dokončení předchozího dotazníku.

² Město se v dotazu měnilo, dle zacílení na konkrétní podnikatelský subjekt. Další varianty města byly Trutnov a Hradec Králové.



Obrázek 5: Fotodokumentace z provádění průzkumné sondy mezi návštěvníky festivalu Rock for People, Hradec Králové, 2013

Respondenti z řad soukromých podniků v rámci průzkumu mezi restauračními a pohostinskými zařízeními byli vybíráni pomocí osobních zkušeností autora s daným místem a na základě vyjádření návštěvníků z předchozího dotazníku o tom jaké podniky navštěvují oni.

Terénní průzkum – základní demografické údaje o respondentech

Demografie - věk				
Věková skupina	Rock for People	Colours of Ostrava	Trutnov OAMF	Souhrnně
<20	6	6	5	17
20-35	15	13	12	40
nad 35	4	6	3	13
Celkem dotázaných respondentů	25	25	20	70

Tabulka 2: Věk respondentů dotazovaných v průzkumu

Součástí provedeného průzkumu, byly také dotazy, jejichž účelem byla především základní demografická identifikace profilu respondentů. Význam odpovědí na otázku věku je tedy spíše obecně informativního charakteru.

Výsledky však potvrdily obecně předpokládanou hypotézu týkající se věku návštěvníků cílových kulturních akcí. Na všech třech festivalech, na kterých byly průzkumy prováděny, dominovala věková skupina 20-35 let. Převahu mezi dvěma zbývajících skupinami, tedy respondentů mladších 20 let a starších 35 let, byla v převaze ta mladší. Tyto Výsledky pouze potvrzují, že z hlediska věkové skupiny vykonávající tento druh cestovního ruchu se dá jednoznačně hovořit o cestovním ruchu mládeže, viz kapitola Turistika mládeže, s 11.

Demografie - odkud návštěvníci festivalu pocházejí				
Kraj	Rock for People	Colours of Ostrava	Trutnov OAMF	Souhrnně
Praha	6	5	4	15
Královéhradecký	5	2	6	13
Středočeský	4	3	2	9
Moravskoslezský	1	7	1	9
Liberecký	1	1	3	5
Pardubický	2	1	2	5
Jihočeský	1	2	0	3
Ústecký	2	0	1	3
Plzeňský	1	1	0	2
Jihomoravský	0	2	0	2
Olomoucký	1	0	1	2
Karlovarský	0	1	0	1
Vysočina	1	0	0	1
Zlínský	0	0	0	0
Celkem dotázaných respondentů	25	25	20	70

Tabulka 3: Trvalé bydliště respondentů

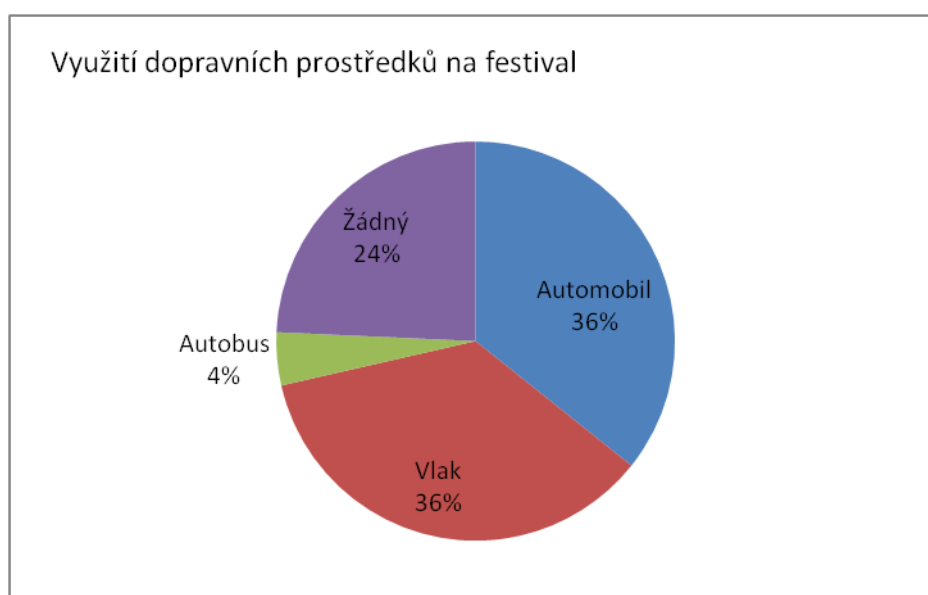
Podobně jako u tabulky č. 2 má také zjišťování místa, ze kterého se návštěvníci na daný festival vypravily, spíše informativní charakter. Přínos těchto zjištění je však důležitý v následných kapitolách této práce, kdy je potřeba ze statistických údajů vyčlenit návštěvníky trvale žijící v místě konání festivalu.

Z konkrétních výsledků této části průzkumu lze však vyčíst poměrně jasnou převahu návštěvníků z Prahy. To může být dáno několika důvody. Jedním z nich mohou být ekonomické poměry v České republice, tedy že v Praze mají vyšší průměrné výdělky (Zdroj: ČSÚ) než ve zbytku země, tedy si mohou více dovolit investovat do svých kulturních potřeb. Dalším důvodem může být vyšší kulturní vzdělanost obyvatel, kdy Praha zastává mimo jiné pozici centra kulturního dění v České republice. Zmíněné skutečnosti se ve veliké míře samozřejmě vzhledem k poloze a vzájemné propojenosti týkají také Středočeského kraje.

Poměrně vysoká četnost obyvatel pocházejících z Královéhradeckého a Moravskoslezského kraje je samozřejmě dána především tím, že sledované festivaly zde sídlí. Tito obyvatelé tedy mohou být považováni za „místní“, rozhodně však už v rámci jednoho kraje mohou být mnohem méně považováni za turisty.

Způsob dopravy				
Zvolený prostředek	Rock for People	Colours of Ostrava	Trutnov OAMF	Souhrnně
Automobil	12	7	6	25
Vlak	6	13	6	25
Autobus	1	0	2	3
Žádný	6	5	6	17
Celkem dotázaných respondentů	25	25	20	70

Tabulka 4: Zvolený způsob dopravy na festival



Graf 1 Využití dopravních prostředků na festival (souhrnná data)

Z výsledků je patrné, že nejvyužívanějším dopravním prostředkem je vlak a automobil (dohromady 72%).

9. Ekonomické vlivy kulturních akcí (výsledky, diskuze)

Ekonomické dopady kulturních akcí na místa konání jsou touto prací považovány za jeden z nejdůležitějších vlivů hledisek. Jak bylo zmíněno již v kapitole Specifika hudebních festivalů v Česku, tato práce vychází z předpokladu, že hudební festivaly jsou v dnešní době především podnikatelské záměry, jejichž hlavním motivem je především finanční zisk. Je tedy logické předpokládat, že vznikne-li někde úspěšný podnik (v tomto případě hudební festival), budou z jeho úspěchu chtít těžit i ostatní dotčené subjekty (obec, soukromí podnikatelé).

Ekonomická úspěšnost dané akce může hrát zcela zásadní vliv při spolupráci organizátorů festivalu s obcí. Samozřejmě v ideálním případě je žádoucí, aby si všechny dotčené subjekty byly ochotni vyhovět. To se však mnohdy neděje a jak dokazuje jeden z průzkumů, provedený pro účely této práce a ekonomická stránka může naopak vzájemnou spolupráci velice zkomplikovat.

Ekonomické dopady akcí na podnikatelský sektor

Práce vychází z předpokladu, že konání masově kulturních akcí má v sobě mnoho skrytých ekonomických dopadů. Jimi jsou myšleny takové dopady, které sice přímo nezasáhnou dva hlavní dotčené subjekty - pořadatele a obec, ale dávají šanci soukromé podnikatelské sféře k přivýdělku.

Cílem této části práce je tedy pomocí provedených výzkumu zjistit do jaké míry jsou návštěvníky využívány obchody, služby a restaurační zařízení rozmístěné různě po městě, mimo hlavní festivalový areál.

Prvním krokem bylo zmapování jaké zázemí obce, je návštěvníky nejvíce vyhledávané. Druhým krokem výzkumu bylo šetření přímo mezi samotnými podnikateli.

Průzkum mezi návštěvníky kulturních akcí

Součástí dotazníkového šetření byly otázky, jejichž účelem bylo objasnění zmapování a objasnění konkrétních ekonomických přínosů návštěvníků kulturních akcí.

Využívání obchodů, služeb, zázemí a infrastruktury dané obce po dobu konání festivalu

Navštívený objekt	Rock for People	Colours of Ostrava	Trutnov OAMF	Souhrnně
Restaurace/jídelny/pohostinství	12	11	8	31
Potraviny/supermarkety	9	8	8	25
Kulturní památky/muzea/výstavy	6	5	5	16
Cukrárny/kavárny/čajovny	5	5	4	14
MHD	6	6	0	12
Jiné obchody	3	3	3	9
Bazény/koupaliště	3	4	2	9
Taxi	4	3	1	8
Čerpací stanice	3	3	2	8
Banky/směnárný	3	2	0	5
Celkem započítaných respondentů	22	17	15	54

Tabulka 5: Výsledek dotazníkového průzkumu mezi návštěvníky – Návštěvnícké využívání obcí

Poznámka: V rámci snahy o zjištění konkrétních přínosů návštěvníků výhradně z řad těch, které lze považovat za turisty, nebyly do této části výzkumu brány v potaz odpovědi respondentů pocházejících z místa konání festivalu.

Jedna z otázek klíčových pro tuto část práce byla zaměřena na orientační zjištění míry útraty jednotlivých návštěvníků ve spojení s festivalem. Účelem položení otázky bylo zjistit, v jakém orientačním rozmezí finanční útraty se respondenti pohybují. Otázka byla doplněna poznámkou, aby do finančních nákladů nebyla započítávána cena za vstupenku.

Množství financí utracených návštěvníky na daném festivalu

Utracená částka (v Kč)	Rock for People	Colours of Ostrava	Trutnov OAMF	Souhrnně v kategoriích
< 1 000	2	6	5	13
1 000 – 2 499	10	6	9	25
2 500 – 4 999	8	8	4	20
5 000 – 9 999	4	4	2	10
> 10 000	1	1	0	2
Celkem dotázaných	25	25	20	70

Tabulka 6: Výsledek dotazníkového průzkumu mezi návštěvníky – množství utracených financí

Nejčastější odpovědi respondentů na položenou otázku bylo finanční rozpětí 1 000 Kč – 5 000 Kč (v Tabulce 6 pro větší přehlednost a rozlišení rozděleno do dvou kategorií). Jedním z faktů, který se dá z výsledků výzkumu vyčíst je, že jestliže se návštěvníci rozhodnou hudební festival navštívit, jsou ochotni si jej užít i za cenu vyšších nákladů. Dá se tudíž vyvozovat, že zde platí podobný efekt jako například u letních dovolených u moře, který se dá vyjádřit ve smyslu: „jsem tu jednou za rok, proč bych se měl omezovat“. V rámci atmosféry a zážitkové jedinečnosti tak mnoho nártků utrácí své finance, za potřeby, které by za normálních okolností vůbec nepocíťovaly (alkohol, různé upomínkové předměty, občerstvení).

Nutno podotknout, že tohoto efektu si jsou plně vědomi i obchodníci. Především ti, jež mají svůj stánek, přímo ve festivalovém areálu. Na první pohled je na všech třech zkoumaných festivalech evidentní snaha našponovat ceny produktů na co nejvyšší přijatelnou hladinu. Jinými slovy, prodávaný sortiment je často velmi předražený, oproti cenám které jsou běžné. Jako klasický příklad mohou sloužit nabídky piva.

Z výsledků průzkumu vyplývá, že strávit 3-4 dny na podobné kulturní akci se pro některé návštěvníky může výší nákladů rovnat vícedenní rekreační dovolené v zahraničí. Respondentů, jež odpověděli, že na festivalu utratí více, než 5 000 Kč bylo celkem 17 %, z toho 3 % odpověděli, že utratili, případně mají v plánu utratit dokonce více než 10 000 Kč.

Dotaz na obyvatele obcí: „Přináší podle Vás festival do obce ekonomické zisky? Komu nejvíce, obci, podnikatelům, obyvatelům?“				
Odpověď	Hradec Králové	Ostrava	Trutnov	Souhrnně
Podnikatelům	4	4	6	14
Obci	2	6	1	9
Částečně podnikatelům, obci i obyvatelům	2	3	2	7
Nikom z nich	4	0	1	5
Obyvatelům	1	0	3	4
Celkem dotázaných respondentů	13	13	13	39

Tabulka 7: Výsledky dotazníkového šetření – názory na rozdělení ekonomických zisků

Průzkum mezi podnikatelskými subjekty

Tento průzkum byl zaměřen na podnikatelské subjekty působící ve městech, kde se konají sledované kulturní akce. Cílem tohoto průzkumu bylo zjištění konkrétních vlivů pořádaných festivalů právě na podnikatelskou sféru.

Z předchozího uskutečněného průzkumu zaměřeného na návštěvníky festivalů vzešla skutečnost, že nejnavštěvovanějším, respektive nejvyužívanějším druhem podniků se staly restaurační a pohostinská zařízení. Z tohoto faktu vycházel také tento následný výzkum. Právě restaurační a pohostinská zařízení byla z důvodu nejvyšší využitelnosti a z důvodu jednotnosti vybrána jako nejvhodnější pro výzkum dopadů kulturních akcí na podnikatelské subjekty.

Výběr dotázaných zařízení proběhl několika způsoby. Prvním byla osobní zkušenost autora této práce z období před započítáním této práce, kdy v roli řadového návštěvníka tato zařízení navštívil. Ta byla následně při tvorbě práce požádána o zúčastnění se průzkumu jako první. Druhým způsobem bylo osobní navštívení a dotázání se až už přímo majitelů podniku, nebo alespoň personálu. Třetím způsobem bylo zmapování oblasti na dálku, pomocí internetových a jiných služeb nabízející seznamy cílových podniků, které byly poté přes veřejně dostupný kontakt osloveni skrze elektronickou poštu.

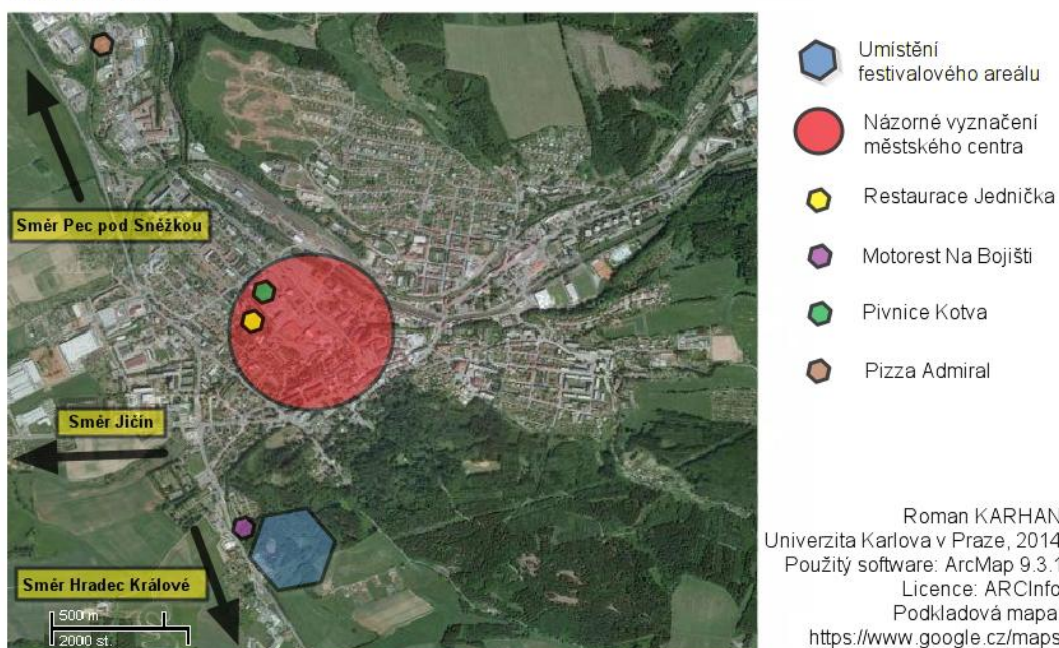
Město	Podnik	Způsob provedení průzkumu	Osoba, s níž byl průzkum prováděn
Trutnov	Restaurace Jednička	e-mailová komunikace	majitel podniku Otakar Peroutka
	Motorest Na Bojišti	osobně	personál
	Pivnice Kotva	osobně	personál
	Pizza Admiral	osobně	personál
Hradec Králové	Restaurace Šatlava	e-mailová komunikace	majitel podniku Jiří Nechanický
	Restaurace U Letců	osobně	personál
	Restaurace Inspirace	osobně	personál
Ostrava	Rawbar	e-mailová komunikace	majitelka podniku Jarmila Dvorská
	Restaurace Na Přívozké	osobně	majitel podniku
	Restaurace U Prokopa	osobně	personál

*Tabulka 8: Seznam restauračních a pohostinských zařízení, s nimiž byl úspěšně
vykonán dotazníkový průzkum*

Jedním ze záměrů průzkumu bylo mít úspěšně vykonaný průzkum ze tří různých úrovní vzdálenosti festivalového areálu (místo, kde se festival pořádá, viz Tabulka 8), s centrem daných měst. Samozřejmě pojem centrum města je geograficky různě definovaný pojem, pro účely práce za něho však bylo považováno hlavní městské náměstí společně s nejbližšími přidruženými ulicemi. Tedy oblast, která v běžném městském životě plní tu nejvyšší společenskou, ekonomickou a kulturní funkci.

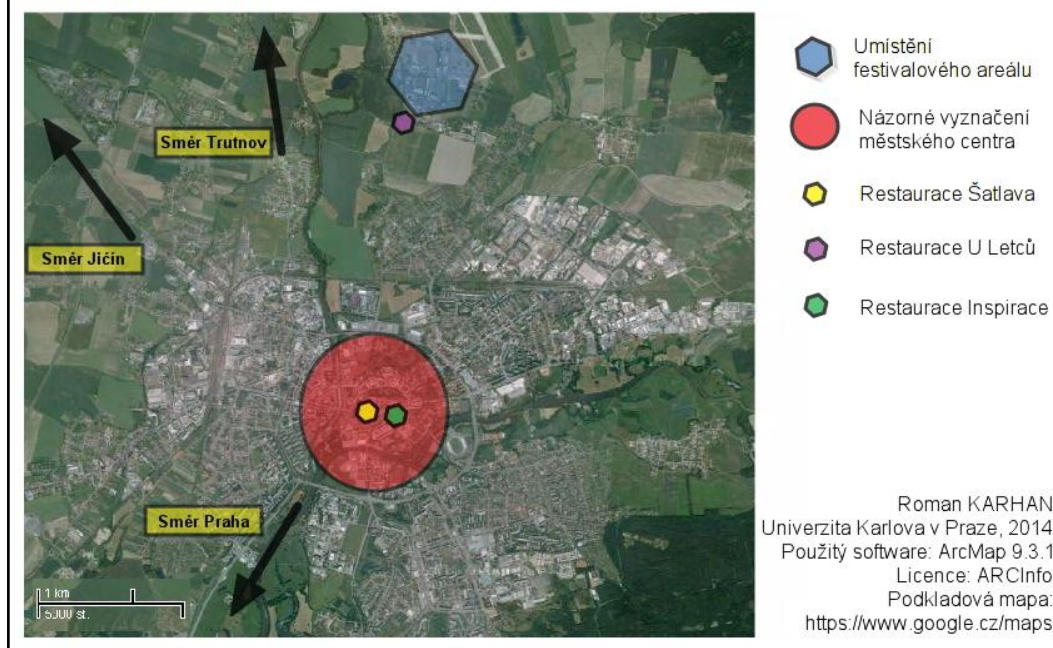
Po zvážení tedy vyšly jako nejvhodnější tři různé oblasti, ve kterých by se měl potenciální zkoumaný podnik nacházet. V těsné blízkosti festivalového areálu, v centru města a na půli cesty z festivalového areálu do centra města.

Mapa rozmístění restauračních a pohostinských zařízení v rámci průzkumu Trutnov 2014



Mapa 1: Rozmístění restauračních a pohostinských zařízení v rámci průzkumu ekonomických vlivů, Trutnov, 2014

Mapa rozmístění restauračních a pohostinských zařízení v rámci průzkumu Hradec Králové 2014



Mapa 2: Rozmístění respondentů v rámci průzkumu ekonomických vlivů, Hradec Králové, 2014



Mapa 3: Rozmístění respondentů v rámci průzkumu ekonomických vlivů, Trutnov, 2014

Samotný výzkum byl poté zaměřen především na ekonomickou stránku vlivu festivalů na restaurační a pohostinská zařízení. Byl však dán také prostor na vyjádření jakýchkoliv vazeb a souvislostí, které k danému tématu mezi subjekty podnik - festival - návštěvníci - město probíhají.

Celkově byl úspěšně průzkum proveden ve třech sledovaných městech v celkem deseti podnicích. Konkrétně čtyři v Trutnově a po třech v Hradci Králové a Ostravě. Více viz Tabulka 8

Výsledky průzkumu jsou názorně a zjednodušeně zobrazeny v Tabulce 9. Podrobně jsou poté popsány v následující kapitole.

Výsledky průzkumu o dopadech kulturních akcí na podnikatelské subjekty

Hodnocení výsledků tohoto průzkumu bude pro přehlednost a srozumitelnost vycházet z dodatečně vytvořené tabulky (Tabulka 9). Způsob výběru měst, podniků a jejich umístění byly popsáno již v předchozích kapitolách práce.

Město	Podnik	Umístění podniku v rámci města	Podnik je v docházkové vzdálenosti od festivalu	Ekonomické dopady festivalu na podnik	Jiné dopady konání festivalu na podnik	Celkový postoj podniku vůči festivalu
Trutnov	Restaurace Jednička	centrum	ANO	30% nárůst tržeb	posilování personálu	velmi pozitivní
	Motorest Na Bojišti	těsná blízkost areálu	ANO	vysoký nárůst tržeb	prodloužení otevírací doby, posilování personálu	velmi pozitivní
	Pivnice Kotva	centrum	ANO	řádově 2x až 3x větší tržby než obvykle	prodloužení otevírací doby, posilování personálu	velmi pozitivní
	Pizza Admirál	opačný okraj města, než kde je festival pořádán	NE	mírné, spíše nepatrné	žádné	podpora festivalu, i když nemá přímé dopady
Hradec Králové	Restaurace Šatlava	centrum	NE	minimální	malé zvyšování okruhu zákazníků	Přes malé dopady, vysoká podpora kulturních akcí
	Restaurace U Letců	nedaleko festivalového areálu	ANO	vysoké (blíže nspecif.)	posilování personálu, zvýšení zásobování	velmi pozitivní
	Restaurace Inspirace	centrum	NE	nepatrné zvýšení tržeb	žádné	pozitivní
Ostrava	Rawbar	centrum	NE	žádné	žádné	potenciální nárůst je vnímán, přesto nenaplněn
	Restaurace Na Přívozké	centrum	NE	nepatrný nárůst tržeb	snaha o zvýšení reklamní kampaně	dříve podpora, nyní spíše neutrální
	Restaurace U Prokopa	nedaleko festivalového areálu	ANO	Více než 100% nárůst tržeb	posilování personálu, zvýšení zásobování	velmi pozitivní

Tabulka 9: Souhrnné výsledky z provedeného výzkumu mezi restauračními zařízeními

Ekonomické dopady na podniky byly ještě před započítáním průzkumu vyhodnoceny jako klíčový faktor pro podniky a jejich vnímání vlivu festivalu na ně. Průzkum tuto domněnku zcela potvrdil. Klíčovým zjištěním, které však přinesl, je skutečnost, že míru vlivu festivalu na podnik zcela zásadně ovlivňuje vzdálenost a dostupnost těchto dvou míst v rámci města. U dvou velkých zkoumaných měst (Ostrava a Hradec Králové) pocítují podniky v docházkové vzdálenosti od festivalového areálu zvýšení tržeb mnohem více, než podniky například v centru měst při čemž k dopravě k nim je v běžném případě nutné využití dopravního prostředku, ideálně veřejné dopravy.

Zatímco u mnohem menšího Trutnova, podle vyjádření podniků o svých tržbách, vliv vzdálenosti mezi centrem a festivalovým areálem prakticky smazává, v mnohem větším Hradci Králové a Ostravě se vzdálenost a tím pádem určitá ztíženější dostupnost, jeví být zásadní překážkou.

Při porovnání údajů, zda se zařízení nachází v docházkové vzdálenosti od festivalu a konkrétních ekonomických dopadů, dochází u Hradce Králové a Ostravy k naprosté shodě. Podniky, které jsou v těsné blízkosti festivalu, zaznamenávají mnohonásobné zvýšení tržeb, zatímco podniky koncipované v centru města žádné výraznější navýšení tržeb nepocítují. Kdežto v Trutnově, kde se centrum města dá označit za docházkovou vzdálenost od areálu, přes to že pěší chůze zabere minimálně 20 - 25 minut (osobní zkušenost autora práce) podnikatelé pozorují vysoký nárůst tržeb. Problém v Trutnově nastává až v momentě, kdy byl dotázán podnik Pizza Admiral, který se nachází na zcela opačném konci města. Tam dle vyjádření majitel podniku festivalová působnost téměř neexistuje.

Pokud se vyjádření výsledků zaměří výhradně na podniky, v nichž byl průzkum proveden přímo s majitelem podniku (případně s osobou z nejužšího vedení, která má přístup k internímu a finančnímu vedení podniku), dá se ekonomický vliv vyjádřit konkrétními čísly. Majitel podniku Jednička, což je restaurační zařízení sídlící 100 metrů od hlavního Trutnovského Krakonošova náměstí, vyjádřil 30% nárůst tržeb během konání festivalu.

V celkovém kontextu ke zjištěným skutečnostem se zcela jistě potvrdilo, že ekonomické dopady hudebních festivalů na podnikatelskou sféru ve městě jsou nezanedbatelné.

Nicméně nutno podotknout že v České republice neexistují festivaly, které by dosahovaly takové návštěvnosti, aby její ekonomické dopady pocítili i podnikatelé působící v odlehlejších místech větších měst jako jsou Hradec Králové a Ostrava. V menších městech jako je Trutnov je vzdálenost mezi centrem a festivalovým areálem smazána a z návštěvníků festivalu tak může ekonomicky těžit mnohem větší část města.

Ostatní ekonomické dopady hudebních festivalů na dotčené obce

Jedním z pozitivně vnímaných, leč velmi krátkodobých je dočasné zvýšení zaměstnanosti. Festival Colours of Ostrava uvádí, že zhruba měsíc před a během konání festivalu zaměstná dohromady až 3 000 lidí (Události v regionech 2014)

Téma dočasné zvýšení pracovní síly vzešlo jako jeden z hlavních dopadů z výzkumu mezi podnikateli působících v restaurační a pohostinské oblasti. V podnicích, kde je již po letitých zkušenostech očekáván výrazný zákaznický nárůst, se pro větší efektivitu zvětšuje pracovní síla. Ke způsobu jak krátkodobě navýšení počtu pracovních míst docílit se v rámci výzkumu nejobsáhleji vyjádřil majitel Trutnovské restaurace Jednička, Otakar Peroutka, když uvedl mimo jiné: „*Posílení personálu je nutné. Řešíme to z vlastních řad, nebo svými kamarády-kolegy.*“

Na základě provedených výzkumů mezi návštěvníky festivalů, obyvatel a podnikatelů působících v řešených obcích lze s určitostí vyjádřit názor, že ekonomické dopady jsou zcela jistě klíčovým dopadem, který mnohdy vynahrazuje i všechny možné negativní vlivy festivalů.

Zároveň je však nutné dodat, že ekonomické vlivy jsou pouze krátkodobé. Dokonce i pro podnikatelské subjekty, které z výzkumu vyšly jako nejvíce pozitivně ovlivněné, je období konání festivalu se zbytkem roku spíše pouze nepatrné přilepšení. Spíše jakýsi bonus, který se v souhrnném součtu tržeb celého roku, dá se říci, ztratí. Nicméně po rozkrytí tržeb například po týdnech, by dle slov majitelů a personálu zmíněných zařízení byl týden, ve kterém se festival pořádá nejvýdělečnější.

Toto tvrzení však ztrácí na pravdivosti v momentě, kdy se výzkum zaměří na podniky, které jsou festivalovým vlivem mnohem méně dotčeny. Za takové podniky jsou prací považovány ty, jež se sice nacházejí v katastru dané obce, nicméně jsou lokalizovány v takové vzdálenosti od festivalového areálu, které nejsou v běžné docházkové vzdálenosti a pro jejich dosažení je zpravidla nutné využít dopravní prostředek.

Dalším problémem snižujícím efekt ekonomických dopadů nastává v případě, když sice návštěvníci z festivalového areálu dorazí do centra města, zde se však nachází až příliš velký počet vyhledávaného druhu podniku (pro účely práce lze znovu zmínit především restaurační a pohostinská zařízení). Z toho důvodu poté dochází k rozmísení návštěvníků po relativně velikých městských centrech a jednotlivé podniky tak v lepším případě pocítí

pouze minimální nárůst svých zákazníků. Tomuto efektu se dá přisuzovat zřejmý důvod. Přestože sledované festivaly patří návštěvností k absolutně největším v České republice, pořád nejsou tímto ukazatelem dostatečně velké na to, aby jejich vliv pocítilo větší množství podnikatelů vzájemně si konkurujících v rozlehlých městských centrech. Konkrétními čísly lze situaci vyjádřit následovně. Pro podnikatele působící v centrech měst jako jsou Hradec Králové, nebo Ostrava, mající 92 900, respektive 295 653 obyvatel (Český statistický úřad, 2013) jsou festivaly, které dle oficiálních tiskových zpráv festivalů dosahují od roku 2010 pravidelné návštěvnosti v rozmezí mezi 28 000 – 40 000 návštěvníků, zkrátka stále ještě malé. Respektive vnímáno z opačného úhlu pohledu, na to aby byl ekonomický vliv i těch největších českých festivalů větší a dosahoval výraznějšího rozložení v rámci celého obecního katastru, jsou města Hradec Králové a Ostrava příliš velká.

Jiná situace nastává u výrazně menšího Trutnova s 30 800 trvale žijícími obyvateli (ČSÚ, 2013). 18 000 – 25 000 návštěvníků³ (Zdroj: osobní rozhovor s pořadatelem festivalu, 2014), má v menším městě mnohem výraznější ekonomické dopady. To navíc platí nejen na podniky lokalizované v blízkosti festivalového areálu, ale také pro podniky v různých částech města.

Přestože se výzkum kvůli své přehlednosti a jednotě dosažených výsledků zaměřil především na restaurační a pohostinská zařízení, dá se usuzovat, že podobný efekt vnímá i většina podnikatelských subjektů, nacházejících se v daných městech, nicméně působících v jinak podnikatelsky zaměřených oblastech prodeje a služeb. Za ty lze považovat například podniky zaměřené na prodej potravin a jiných denních potřeb, supermarkety, dále kavárny, cukrárny, čajovny, nebo obchody zaměřené kupříkladu na prodej textilních výrobků, nebo drogerie.

Jiný efekt ekonomických dopadů může nastat u podniků a služeb, které byly v dotazníku uvedené návštěvníky jako jimi využívané a zároveň jejich počet ve městě je víceméně ojedinělý, tedy návštěvníci nemají možnost jiné podobně dostupné volby.

³ Trutnovský festival se vyznačuje tím, že ve svých oficiálních zprávách nesdílí údaje o návštěvnosti. Osobní zkušenosti autora práce, i rozhovor se spolupořadatelem festivalu vyjadřují jistotu v uvedeném rozmezí počtu návštěvníků.

10. Environmentální a ekologické vlivy (výsledky, diskuze)

Dalším velice důležitým dopadem jsou environmentální a ekologické vlivy vztahující se ke kapitole 6. I když se únosná kapacita území nepřekročí, určitá míra zátěže na přírodní prostředí je při tak náhlém přísunu velkého množství návštěvníků na jedno místo (festivalového areálu a jeho okolí) nevyhnutelná.

Níže uvedený průzkum mezi obyvateli obcí a návštěvníky vybraných festivalů tedy zjišťuje konkrétní faktory a míru jejich vlivu na destinaci. Výsledky jsou konfrontovány s veřejně dostupnými informacemi o této problematice.

Dotaz na obyvatele obcí: „Je festival pro město a jeho obyvatele ekologicky škodlivý? Jak konkrétně“

Odpověď	Hradec Králové	Ostrava	Trutnov	Kategorie souhrnně
Ano, hlukem	3	1	5	9
Ano, nepořádkem	2	1	6	9
Ano, přílišným množstvím lidí	1	2	2	5
Ano, nespecifikováno čím	4	2	2	8
Pouze pro lidi žijící v těsné blízkosti	2	2	0	4
Není škodlivý	4	5	1	10
Bez názoru	1	2	0	3
Celkem dotázaných respondentů	13	13	13	39

Tabulka 10: Výsledky dotazníkového průzkumu – ekologická škodlivost festivalů podle obyvatel obcí

Poznámka: Počet dotázaných respondentů v dotazníku nemusí v tabulce souhlasit s počtem jednotlivých odpovědí. Důvodem je skutečnost, že někteří respondenti odpověděli způsobem zahrnujícím více variant.

Z odpovědí návštěvníků vyplývá, že si převážná část respondentů je vědoma zátěže na životní prostředí v souvislosti s konáním hudebních festivalů. Z odpovědí respondentů jednotlivých festivalů lze upozorovat určitou kvalitu festivalu z hlediska organizace ekologických opatření, ale i vhodnosti lokality pro konání festivalu.

Právě hluk je pro hudební festivaly nedílnou součástí a zároveň dlouhodobým nepřítelem v blízkosti žijících lidí. Pořadatelé jsou každý rok nuceni vypořádat se s požadavky úřadů, stížnostmi obyvatel i vysokými finančními pokutami, které se zpravidla týkají překročení povoleného hluku v nočních hodinách. (Jansová, 2014)

Povolený hygienický denní limit (6:00h – 22:00h) je stanoven na 50 decibelů, noční limit (22:00h – 6:00h) je pouze 35 decibelů. Přitom hranici 50 decibelů často přesahuje běžný pouliční ruch. (Mareš, 2014) Hluk jde z hlediska specifčnosti této kulturní akce obtížně eliminovat, proto je důležitá vhodná lokalita hudebního areálu i dohoda s obyvateli bezprostředně v blízkosti areálu. Například trutnovští pořadatelé nabízejí místním obyvatelům po dobu konání festivalu náhradní ubytování mimo lokalitu nebo volnou vstupenku na festival. Bohužel přes veškeré opatření se v roce 2011 a 2013 nevyhnuli pokutě za překročení limitu hluku. Jednotlivé pokuty byly vyčísleny až na 150 000 Kč. (Šnajdar, 2012; Česká televize, 2012) Padají však i daleko vyšší částky pokut za hluk, které mohou být pro festival likvidační⁴. Trutnovský areál je v těsnější blízkosti centra města oproti například hradeckému letišti, které je daleko odlehlější. Tohoto problému si jsou vědomi i samotní respondenti průzkumu, proto návštěvníci OAMFT na hluk poukazovali více, než např. hradecký RfP.

Na nepořádek výrazněji svými odpověďmi upozorňovali rovněž dotazovaní z trutnovského festivalu oproti osloveným návštěvníkům ze zbylých dvou festivalů. Nutno podotknout, že trutnovský festival se jako jediný z těchto tří festivalů dosud nezapojil do projektu „čistý festival“. Tento projekt motivuje návštěvníky a pořadatele k tomu, aby odpad třídili a udržovali areály akcí čisté. Jsou zde zajištěna sběrná místa na tříděný odpad i následné dotřídění k druhotnému zpracování. Součástí doprovodného programu Rock For People (ročníku 2014) byla připravena i exkurze do třídičky odpadu. (Čistý festival, 2014; Festivalový průvodce, 2014) Kromě snahy o zajištění co nečistšího okolí v průběhu konání akce a recyklace odpadu. Tento systém zároveň přispívá k „uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností a k výchově k jeho ochraně“.

⁴ „Pořadatelé festivalu *Mighty Sounds* dostali v letošním roce (2014) pokutu 420 tisíc korun. To už je téměř likvidační částka, která může ohrozit další ročník.“ (Jansová, 2014)

11. Sociálně-kulturní vlivy (výsledky, diskuze)

Dalším výrazným dopadem na běžné fungování měst, pořádáním masově navštěvované kulturní akce jsou sociálně-kulturní vlivy. V rámci této práce došlo ke zmapování vzájemných vztahů a interakcí několika postupnými kroky. Jedním z nich byl dotazníkový průzkum provedený mezi obyvateli konkrétních sledovaných obcí. Co dočinění s tímto tématem má samozřejmě také druhá strana, tedy návštěvníci festivalu. Sociální vlivy jsou prezentovány na vzájemném působení čtyř hlavních zainteresovaných skupin (návštěvníků festivalu, obyvatel obce, pořadatelů festivalu a představitelů obce). Kulturní vlivy jsou poté vyjádřeny pomocí výsledků dotazníku mezi obyvateli a návštěvníky obcí.

Dotaz na obyvatele obcí: „Navštěvujete osobně hudební festivaly? Souhlasíte s tím, aby se v obci pořádaly?“

Odpověď	Hradec			
	Králové	Ostrava	Trutnov	Souhrnně
Navštěvuji, souhlasím	1	2	3	6
Navštěvuji, nesouhlasím	0	0	0	0
Nenavštěvuji, souhlasím	8	7	3	18
Nenavštěvuji, nesouhlasím	4	3	7	14
Bez odpovědi	0	1	0	1
Celkem dotázaných respondentů	13	13	13	39

Tabulka 11: Výsledky průzkumné sondy mezi obyvateli – osobní zkušenosti s návštěvou festivalů

Z odpovědí respondentů z řad obyvatel žijících ve sledovaných městech je zřejmé, že naprostá většina z nich hudební festivaly běžně nenavštěvuje. Z toho plyne, že vnímají situaci z pohledu nepřímo zúčastněné osoby.

Z řad respondentů, kteří hudební festivaly navštěvují, se nenašel ani jeden, který by měl k jejich pořádání negativní vztah. Z toho se dá usuzovat vysoká úroveň organizace těchto akcí. Jinými slovy - člověk, který zažije podobně zaměřené kulturní akce “na vlastní kůži“, může být její dobrou organizací a nabytými kulturními zážitky ovlivněn natolik pozitivně, že nemá důvod smýšlet o těchto akcích v negativním smyslu.

Mezi respondenty, kteří na první část položené otázky odpověděli, že hudební festivaly nenavštěvují, je mírná převaha těch, kteří si uvědomují spíše jejich pozitivní dopady a jejich pořádání podporují. Rozdíl však nastává v momentě, kdy se vyhodnocení výsledků zaměří na jednotlivé festivaly. Polovina negativních reakcí od respondentů, kteří festivaly nenavštěvují, byla vyřčena obyvateli Trutnova. Důvodem, proč má festival evidentně ne příliš lichotivou pověst mezi lidmi, kteří se o tuto problematiku jinak nezajímají, může být skutečnost, že město Trutnov, festival dlouhodobě nijak nepodporuje a nevnímá jej jako vhodnou reklamu se kterou by se chtělo prezentovat. Jedním z potvrzujících důkazů tohoto tvrzení podporují také výsledky navazující části provedeného výzkumu, zaměřené na vnímání obyvatel podpory směřované od obce vůči festivalu.

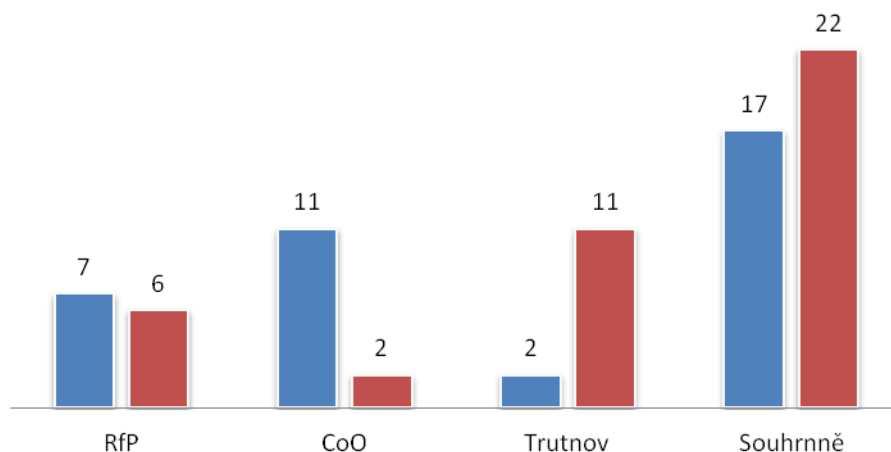
Dotaz na obyvatele obcí: „Podporuje podle Vás město festival v jeho pořádání?
Souhlasíte s tímto postojem?“

Odpověď	Hradec Králové	Ostrava	Trutnov	Souhrnně
Ano podporuje	7	11	2	17
Nepodporuje	6	2	11	22
Celkem dotázaných respondentů	13	13	13	39

Tabulka 12: Výsledky průzkumné sondy mezi obyvateli – názory na podporu měst vůči festivalům

Výzkumná otázka: podporuje podle Vás město festival v jeho pořádání? Souhlasíte s tímto postojem?

■ Ano podporuje ■ Nepodporuje



Graf 2 Výsledky průzkumné sondy mezi obyvateli – názory na podporu měst vůči festivalům

Dotaz na návštěvníky festivalu: „Je podle Vás festival pevně spojen s místem kde se koná, nebo by jej přemístění do jiné lokality nijak nepoškodilo?“

Kraj	Rock for People	Colours of Ostrava	Trutnov OAMF	Souhrnně
Je s místem spojen, poškodilo	9	16	14	39
Není s místem spojen, nepoškodilo	12	5	3	20
Respondent neví / neodpověděl	4	4	3	11
Celkem	25	25	20	70

Tabulka 13: Výsledek průzkumné sondy mezi návštěvníky festivalů – spojení místa a festivalů

Výsledky výzkumu, zaměřeného na vnímání obyvatel podpory, které se festivalu od města dostává, ukazuje zcela diametrální rozdíl dvou ze tří sledovaných festivalů. Zatímco při průzkumu v Ostravě odpověděla naprostá většina dotázaných zcela pozitivně, tedy že se domnívá, že město festival podporuje, přičemž s tímto krokem souhlasí. Dotázaní obyvatelé Trutnova jsou naproti tomu v naprosté převaze přesvědčení, že se festivalu od

Tabulka 14: Výsledek průzkumné sondy: Vědomí o protestech vůči festivalům

města nedostává adekvátní podpory. Následný dotaz, zda tento krok města Trutnov považují respondenti za správný, zůstal bez výrazné převahy jedné ze skupin. Z toho by mohla vyplývat skutečnost, že samotní obyvatelé vnímají festival jako mnohem větší atraktivitu než samotní představitelé města.

Za konkrétními problémy mezi organizátory festivalu Trutnov Open Air Music Festival a zastupiteli města Trutnov může spor o pozemky, na nichž je festival pořádán. Ty však patří městu a to se je rozhodlo rozprodat na stavební parcely.

V rozhovoru pro internetový zpravodajský portál lidovky.cz kupříkladu hlavní pořadatel trutnovského festivalu Martin Věchet k tématu, uvedl: „Co bude dál, nevíme, protože areál byl dříve jedním komplexem, ale už není. Jeho součásti jsou rozprodávány nebo pronajímány. Okolní louky jsou rozprodány jako stavební parcely a je to o tom, kdy kdo přijde“. (lidovky.cz, 2014) Přes to, že spory trvají již více než 6 let, festival se zdá být ekonomicky zajištěn i bez výrazné podpory města a zatím se vždy konal na tradičním místě Na Bojišti, včetně letošního roku 2014.

Negativní atmosféra působící mezi pořadateli trutnovského festivalu a představiteli obce se zcela evidentně do jisté míry promítá také do vnímání určitých protestních akcí. Také v tomto výzkumu vyšly výsledky v Hradci Králové a Ostravě poměrně výrazně jinak

Dotaz na obyvatele obcí: „Víte o nějakých protestech proti festivalu? Účastníte se případně protestů osobně?“

Odpověď	Hradec Králové	Ostrava	Trutnov	Souhrnně
Ano vím, neúčastním	2	0	5	7
Ano vím, účastním	0	0	1	1
Ne nevím	11	13	7	31
Celkem dotázaných respondentů	13	13	13	39

než Trutnově. Přímý účastník protestních akcí proti festivalům se však vyjádřil pouze jeden dotazovaný v Trutnově.

Dotaz na obyvatele obcí: "Je festival pro město a jeho obyvatele kulturně obohacující?"

Odpověď	Hradec Králové	Ostrava	Trutnov	Souhrnně
Rozhodně ano	1	6	3	10
Spíše ano	4	4	4	12
Rozhodně ne	2	0	2	4
Spíše ne	6	2	3	11
Bez odpovědi/neví	0	1	1	2
Souhrnně pozitivní odpovědi	5	10	7	22
Souhrnně negativní odpovědi	8	2	5	15
Celkem dotázaných respondentů	13	13	13	39

Tabulka 15: Výsledek průzkumné sondy mezi obyvateli – vnímání kulturního obohacení města festivalem



Graf 3 Souhrnný výsledek průzkumné sondy mezi obyvateli – vnímání kulturního obohacení města festivalem

V případě kladné odpovědi respondentů byla otázka doplněna o konkretizující podotázku, jak konkrétně vnímají ono kulturní obohacení. Jinými slovy co za něho nejvíce

považují. Zda je to ona prestiž, že festival do města přiváží vystupující umělce nadnárodní, místy až světové úrovně, které by jinak daný region pravděpodobně nikdy nenavštívili. Případně zda za ono obohacení považují spíše skutečnost, že zkrátka ve městě kde žijí, mají tu možnost vyrazit na velikou kulturní událost. Přes to že jí zpravidla nevyužijí.

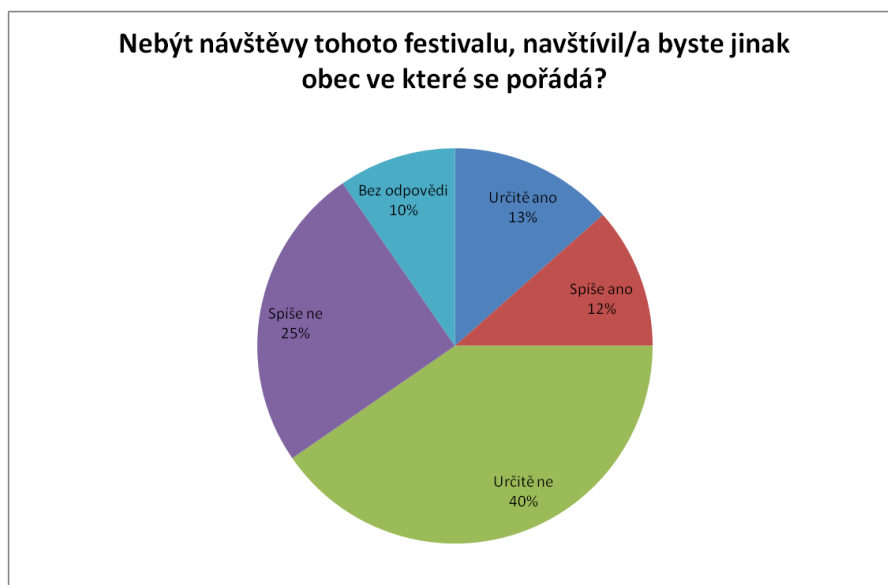
Opačný, pro účely práce možná zajímavější efekt, kdy na návštěvníka působí kultura města, se dá částečně usoudit z tabulky 15. Velice početné zastoupení navštívených míst návštěvníky ve městě měly právě kulturní památky/muzea/výstavy. Z osobní zkušenosti autora této práce během pobytu mezi běžnými návštěvníky, je toto skutečně velice vyhledávaná činnost především během dopoledních hodin, kdy ještě ve festivalovém areálu neběží hudební produkce. Návštěvníci festivalů tedy mnohdy rádi vyrazí osobně poznávat kulturní a jiné památky daného města. Z tohoto úhlu pohledu je zcela jistě zajímavá, i když do jisté míry možná až příliš hypotetická závěrečná otázka uskutečněného otazníku mezi návštěvníky festivalů. *Navštívil/a byste jinak toto město, kdyby se tu nekonal tento festivalu?*

Dotaz na návštěvníky festivalů: „*Nebyť návštěvy tohoto festivalu, navštívil/a byste jinak obec ve které se pořádá?*“

Kraj	Rock for People	Colours of Ostrava	Trutnov OAMF	Souhrnně
Určitě ano	4	2	1	7 (13,46%)
Spíše ano	3	2	1	6 (11,54%)
Určitě ne	9	5	7	21(40,38%)
Spíše ne	2	7	4	13 (25%)
Bez odpovědi	2	2	1	5 (9,62%)
Celkem	20	18	14	52 (100%)

Tabulka 16: Výsledky dotazníkového průzkumu mezi návštěvníky obcí – předpoklad uskutečnění návštěvy obce bez existence festivalu

Poznámka: Tato výzkumná otázka nebyla položena respondentům, kteří pocházejí ze stejného kraje, ve kterém je daný festival pořádá. Důvodem bylo, že pro účely práce by bylo zcela zbytečné zjišťovat, zda dané město obyvatel bydlící několik kilometrů od něho, navštívil.



Graf 4: Souhrnné výsledky dotazníkového průzkumu mezi návštěvníky obcí – předpoklad uskutečnění návštěvy obce bez existence festivalu

Závěrečná otázka vyšla poměrně jednoznačně. Pouze 25% dotázaných by určitě nebo nejspíše danou obec navštívili i bez konání festivalu. Naopak více než 75% dotázaných by nemělo důvod obec nenavštívit, pokud by se festival nekonal. Tento fakt se dá považovat za opravdový kulturní a sociální přínos hudebního festivalu obci. Ukazuje se, že hudební festival je považován za natolik významné lákadlo, že se z něho stává hlavní důvod, proč do dané obce vyrazit. Následné poznání jiných zajímavých míst města s tímto konkrétním přínosem poté už přímo souvisí

12. Závěr

Cíle práce bylo zhodnotit vlivy masově navštěvovaných kulturních akcí na subjekty jimi dotčené z několika úhlů pohledu. Za vhodný příklad kulturních akcí byly zvoleny hudební festivaly konané v České republice: Colours of Ostrava v Ostravě, Rock for People v Hradci Králové a Trutnov Open Air Music Festival v Trutnově.

Ekonomické dopady sledovaných festivalů na podnikatelské subjekty v daných městech se výrazně liší. Základními ovlivňujícími faktory se ukázaly být velikost města, velikost festivalu a vzdálenost společně s dostupností konkrétní provozovny soukromého podniku nebo služby od místa kde je festival pořádán. Ve velkých městech, kde jsou festivaly pořádány na jejich okrajích, pocítují po dobu konání kulturní akce mnohanásobné zvýšení tržeb, zatímco podniky v centrech měst téměř žádný nárůst zákazníků nepocítují.

Z výsledků vyplývá, že pořádání hudebních festivalů má značný vliv na běžný chod měst, ve kterých jsou pořádány. Ve městech, ve kterých jsou pořádány dva naše nejnavštěvovanější festivaly (Rock for People v Hradci Králové a Colours of Ostrava v Ostravě), nejsou patrné dopady, které by se daly nazvat jako zásadní. Ekonomické dopady jsou vnímány zejména jako krátkodobý přivýdělek poměrně úzké skupiny soukromých podnikatelů. Města Hradec Králové a Ostrava výrazně ekonomicky festivaly podporují, především z důvodu exkluzivity a reklamy. Oceňují, že se podobně úspěšná akce koná zrovna v jejich katastru. Opačný přístup byl zjištěn v Trutnově, kde město festival nepodporuje vůbec, naopak mu škodí pokutami či rozprodáváním pozemků, na kterých je pořádán.

Dle výsledků průzkumů je patrné, že mnohem výrazněji působí vlivy zbylých dvou skupin dopadů: sociálně-kulturní a ekologické. U prvně jmenovaného zcela evidentně dochází k vzájemným interakcím mezi návštěvníky a obyvateli. Kulturní obohacení návštěvníků festivalu se předpokládá. Nicméně průzkum zjistil, že návštěvníci často poznávají i okolní místa festivalu. V rámci své 3-4 denní návštěvy festivalu navštěvují například přírodní a kulturní památky dané lokality. Dopadem je tedy krátkodobé, ale velice výrazné zvýšení cestovního ruchu s možností opakovaného navštívení v budoucnu.

Nejpálčivějším dopadem ve vztahu mezi obyvateli měst vůči festivalu, případně jeho návštěvníků, jsou ekologické a environmentální dopady. Nejdůležitějšími se ukázaly být hluk a nepořádek kolem festivalových areálů. Městské radnice se ocitají v situacích,

kdy musejí vyslechnout stížnosti obyvatel a zároveň nestanovit likvidační podmínky pro festival. V těchto případech už většinou záleží na vybudovaném vztahu mezi představiteli obcí a organizátorů festivalů.

13. Použité zdroje

- City Tourism & Culture - The European Experience. World Tourism Organization and European Travel Commission. Madrid: WTO, 2005. ISBN 92-844-0779-6
- *Colours of Ostrava* [online]. © 2014 Colours of Ostrava [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: <http://www.colours.cz/>
- Česká televize. *Festival v Trutnově dostal pokutu 150 tisíc za hlučnost* [online]. 2012 [cit. 2014-08-17]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/regiony/189392-festival-v-trutnove-dostal-pokutu-150-tisic-za-hlucnost/>
- Čistý festival. *Co je čistý festival* [online]. 2014 [cit. 2014-08-17]. Dostupné z: <http://www.cistystyfestival.cz/co-je-cf-media>
- ČSÚ [online]. 2013 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: <http://www.czso.cz>
- *Festivalpark* [online]. 2014 [cit. 2014-08-15]. Dostupné z: <http://www.festivalpark.cz/>
- GALVASOVÁ, Iva, BINEK, Jan, HOLEČEK, Jan, CHABIČOVSKÁ Kateřina, SZCZYRBA, Zdeněk a kol.. *Průmysl cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, 262 s. ISBN 978-808-7147-061.
- GETZ, Donald. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. 2008, vol. 29, issue 3, s. 403-428. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.07.017.
- GETZ, Donald. *Festivals, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold, c1991, xvii, 374 p. ISBN 04-422-3744-8.

- Glastonbury Festivals. *History* [online]. © 1997–2014 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: <http://www.glastonburyfestivals.co.uk/history/>

- JANSOVÁ, Petra. Stížnosti i pokuty za hluk: Tak se v Česku pořádá festival. *Aktuálně.cz* [online]. 2014 [cit. 2014-08-17]. Dostupné z: http://magazin.aktualne.cz/rozhovor-let-it-rol-hluk-norma-zakon-hygiena/r~eb950fb0173011e4bab3002590604f2e/?utm_source=centrumHP&utm_medium=newsbox&utm_campaign=A&utm_term=position-7

- KIRÁLOVÁ, Alžbeta. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003, 173 s. ISBN 80-861-1956-4.

- KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, 1 CD-ROM. ISBN 978-80-87147-05-4.

- Krkonošský deník. [online]. ©2005 - 2014 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: <http://krkonosky.denik.cz>

- Letecké služby Hradec Králové a.s. *Rock For People 2008* [online]. © 2010 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: <http://www.lshk.cz/cs/fotogalerie/rok-2008/akce/rock-for-people-2008/>

- Lidovky.cz. *Skončil festival Trutnoff.: Jeho budoucnost je nejistá*. [online]. © 2014 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/skoncil-festival-trutnoff-jeho-budoucnost-je-nejista-pf0-/kultura.aspx?c=A140817_194717_ln_kultura_ele

- MAREŠ, Miroslav. Hlukové limity likvidují festivaly. *Echo24.cz* [online]. 2014, Copyright 2014 [cit. 2014-08-17]. Dostupné z: <http://echo24.cz/a/izC6Y/hlukove-limity-likviduji-festivaly-padla-i-pokuta-420-000-korun>

- Miroslav Čertík a kolektiv. Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení. Vyd. 1. Praha, 2001. ISBN 978-802-3862-751.
- Multikultúrný portál: gregi.net. *Trutnovský Open Air se uskutoční aj tento rok!* [online]. ISSN 1337-7388 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: http://gregi.net/clanky/trutnovsky-open-air-se-uskutocni-aj-tento-rok/#.U_SOX6MS1Eg
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5.
- PALATKOVÁ, Monika. Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice: význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích: evropská integrace a mezinárodní turismus. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 221 s. ISBN 978-80-247-3750-8.
- *Rock for People* [online]. © 1995-2014 [cit. 2014-08-15]. Dostupné z: www.rockforpeople.cz
- ROCK FOR PEOPLE. *Festivalový průvodce*. 2014.
- Roskilde festival 2014 [online]. © 1997–2014 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: <http://www.glastonburyfestivals.co.uk/history/>
- Roskilde festival 2014 [online]. © 1997–2014 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: <http://www.glastonburyfestivals.co.uk/history/>

- Sázavafest. *Historie* [online]. 2014 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: <http://www.sazavafest.cz/letni/o-festivalu/historie>

- SMOLÍKOVÁ, M.: Strukturální politika a kultura. Prezentace na konferenci Kultura a strukturální fondy. Praha: 9. i2. 2005. Dostupné na <http://www.institutumeni.cz>

- ŠNAJDAR, Hynek. Festival dostal vloni za hluk pokutu 150 000. *Trutnovinky*. [online]. 2012 [cit. 2014-08-17]. Dostupné z: <http://archiv.trutnovinky.cz/index.php?gid=33470><http://archiv.trutnovinky.cz/index.php?gid=33470>

- ŠTĚPÁNEK, Vít, Jiří ŠÍP a Ludvík KOPAČKA. Geografie cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2001, 228 s. Učební texty (Univerzita Karlova). ISBN 80-246-0172-9.

- Události v regionech: (Ostrava). *Česká televize: iVysílání* [online]. ©1996 – 2014 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: [ww.ceskatelevize.cz/ivysilani/10122978233-udalosti-v-regionech-ostrava/414231100030721-udalosti-v-regionech](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10122978233-udalosti-v-regionech-ostrava/414231100030721-udalosti-v-regionech)

- *Výzkumy.cz: svět výzkumu trhu* [online]. © 2010-2014 [cit. 2014-08-20]. Dostupné z: <http://www.vyzkumy.cz/>

- ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.